

2.º Ciclo de Estudos  
Mestrado em Sociologia

# De Volta à Cidade. Impactos da reabilitação física e requalificação social do Mercado do Bolhão

Rui Paulo Miranda Saraiva

**M**

2018



**Rui Paulo Miranda Saraiva**

**De Volta à Cidade. Impactos da reabilitação física e  
requalificação social do Mercado do Bolhão**

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Sociologia, orientada pela Professora  
Doutora Paula Maria Guerra Tavares

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

setembro de 2018



# De Volta à Cidade. Impactos da reabilitação física e requalificação social do Mercado do Bolhão

Rui Paulo Miranda Saraiva

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Sociologia, orientada pela Professora  
Doutora Paula Maria Guerra Tavares

## Membros do Júri

Professor Doutor José Virgílio Borges Pereira  
Faculdade de Letras – Universidade do Porto

Doutor João Pedro Luís Queirós  
Professor Adjunto da Escola Superior de Educação do Porto  
Universidade do Porto

Professora Doutora Paula Maria Guerra Tavares  
Faculdade de Letras – Universidade do Porto

Classificação obtida: 15 valores

“What would you think if a demon told you that everything in life would recur over and over again eternally? How would you answer the question?” (Nietzsche, 2001: XV).

## **Declaração de honra**

Declaro que a presente dissertação é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referenciação. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Porto, 2018/11/30



# Sumário

Agradecimentos.....	2
Resumo.....	3
Abstract .....	4
Índice de Figuras .....	5
Índice de Gráficos .....	6
Índice de Tabelas.....	7
Lista de Abreviaturas .....	8
PARTE 1. PARA UMA METAFÍSICA DA CIDADE VIVIDA .....	9
Introdução .....	10
Capítulo 1. Cidade vivida: do conceito de reabilitação ao conceito de governança .....	13
1.1. Para uma metafísica do lugar e do conceito de cidade .....	13
1.2. Abordagem e recortes da cidade .....	16
1.3. Governança: a cidade, como se gere? .....	19
Capítulo 2. Cidade, historicidade e fragmentação.....	24
2.1. Planeamento, planos e atores da cidade reabilitada .....	24
2.2. Um <i>zoom</i> sociológico à historicidade dos planos da cidade do Porto .....	29
2.3. Um caminho para a atualidade dos planos e da morfologia da cidade.....	35
Capítulo 3. A questão simbólica e material dos mercados nas cidades do século XXI .....	42
3.1. Do mercado à compreensão utilitária no século XXI.....	42
3.2. Uma inevitável cartografia dos mercados e em particular do Mercado do Bolhão.....	47
3.2.1. A necessidade de uma cartografia sociológica do Mercado do Bolhão .....	50
Capítulo 4. As questões metodológicas: <i>um caminho</i> para percorrer o Mercado do Bolhão.....	59
4.1. Os primeiros pontos metodológicos .....	59
4.2. Apresentação de técnicas de recolha de informação e caracterização das mesmas .....	62
4.2.1. Pesquisa documental (teórica, mediática e descritiva) .....	63
4.2.2. Entrevistas exploratórias e entrevistas semiestruturadas.....	64
4.2.3. Photovoice .....	66
4.2.4. Observação direta .....	67
4.2.5. Cartografia e mapas temáticos .....	68
PARTE 2. DA CIDADE, DO MERCADO E DO BOLHÃO VIVIDOS .....	69

Capítulo 5. - Uma cronologia temporal do passado presente e futuro- mediatização do <i>conceito</i> Bolhão .....	70
5.1. Compreensão temporal das mudanças do Mercado à atualidade: da origem à (pós)modernização do espaço .....	70
5.1. Um processo de representação mediática <i>para</i> e <i>do</i> Mercado .....	73
Capítulo 6. Um percurso sociológico pelas socializações, memórias e vozes do mercado .....	85
6.1- O mercado como <i>palco</i> para as representações dos atores sociais.....	85
6.1.1. As atitudes e comportamentos.....	86
6.1.2- Grupo etário e género.....	94
6.2 A <i>voz</i> do mercado: das memórias aos sentimentos, passando por simbologias .....	99
6.2.1. Interpretação sociodemográfica .....	99
6.2.2. Trajetórias dos comerciantes ou o peso simbólico da juventude .....	100
6.2.3. Os sentimentos do <i>Ego</i> [comerciante] pelo mercado .....	103
6.3. O matrimónio das memórias e das imagens .....	110
Considerações Finais.....	113
Referências bibliográficas .....	117
Referências eletrónicas e arquivos .....	121
Referências bibliográficas dos conteúdos mediáticos .....	123
Anexos.....	131
Anexo 1- Cronograma Histórico das atividades e acontecimentos entre 1964 a 2008, no CHP .....	132
Anexo 2- Evolução dos Edifícios na área envolvente ao Mercado do Bolhão em 1991, 2001 e 2011 .....	133
Anexo 3 - Evolução da População Residente na área envolvente ao Mercado do Bolhão desde 1991 a 2001 .....	134
Anexo 4- Placar informativo a uma das bancas de venda de produtos fresco no mercado (entrada rua Sá da Bandeira, piso superior) .....	135
Anexo 5- Venda de peixe junto da banca, piso inferior do mercado .....	136
Anexo 6- Estado de Limpeza dos Espaços Observados.....	137
Anexo 7- Quadro das Hipóteses teóricas, alterações e criação à <i>prior</i> e á <i>posterior</i> .....	138
Anexo 8- Cronograma de Pesquisa da Investigação e Etapas de Pesquisa .....	140
Anexo 9- Grelha de categorias de análise das notícias e discursos mediáticos.....	141
Anexo 10- Guião de Entrevista Semiestruturada e Photovoice.....	142
Anexo 11- Fotografias escolhidas para a realização do Photovoice .....	145
Anexo 12- Imagens do interior do mercado, estado de conservação e serviços internos no Mercado do Bolhão .....	147



Anexo 13- Grelha de Observação .....	151
Anexo 14- Imagem do “Mercado do Bolhão” - Praça do Bolhão- datada em 1906 .....	152
Anexo 15- Proposta visual do Mercado do Bolhão na atualidade e após a intervenção no mercado.....	153
Anexo 16- Gráfico representativo das categóricas do conteúdo por ano .....	155
Anexo 17- Gráfico relativo aos comportamentos pelo grupo etário (não comerciantes).....	156
Anexo 18- Quadro das categorias de análise das entrevistas semiestruturadas de histórias de vida dos comerciantes .....	157

## **Agradecimentos**

Através destas palavras reflito sobre um dos *ex-libris* da Cidade do Porto, cidade onde cresci como estudante e o que me fez refletir profundamente sobre as problemáticas que quero debater e outras que vivem no meu pensamento. Quero, ao mesmo tempo, dar a conhecer as histórias vividas por aqueles que prontamente se disponibilizaram para assim redigir comigo as suas vidas. Por essa mesma razão, as palavras, que são escritas pelas minhas mãos, são a vozes que estiveram comigo ao longo do decorrer da investigação e pelo qual agradeço solenemente tais contributos e experiências partilhadas. Obrigado, comerciantes, obrigado Mercado do Bolhão da cidade do Porto.

Não obstante, dedico igualmente esta investigação ao meu avô que me moldou e não conseguiu acompanhar o fim deste percurso, e a este mesmo homem, dou um obrigado eterno. *Ad aeternum!* Igualmente aos meus pais - Rosa e Fernando - que pelos sacrifícios e vicissitudes com que se depararam e que sempre me apoiaram e fizeram o impossível mesmo nas intempéries que enfrentaram, similarmente um obrigado eterno. *Ad aeternum!* Pelas palavras de carinho, pela humanidade e chamadas de atenção à terra agradeço à Professora Paula Guerra, minha orientadora. Pelas discussões produtivas, pela orientação e por desafiar, assim, as minhas capacidades em trabalhar e desafiar barreiras – agradeço-lhe profundamente. Igualmente às pessoas que estiveram sempre ao meu lado desde o primeiro dia deste percurso: obrigado Sofia pela paciência, pela atenção, pela dedicação, pelo sacrifício pessoal, pelos momentos menos bons e igualmente pelos de alegria que decorreram, pela ajuda incessante e paciência infinita em compreender-me e guiar-me o melhor que conseguias. Igualmente obrigado ao Rodrigo pelas noites de discussão e aprendizagem, ao qual espero que algo tenha ficado em todos estes anos que por cá andas e que aprendas com os erros que cometi. Por fim, a todos os mencionados e aos demais em que as palavras são poucas para os descrever, deixo duas das letras que ficaram nas minhas memórias eternizadas.

*No bote que vem surgindo... há peixes ou sombras  
vindo... Lá do mar... lá do mar (...) um pescador voltou  
a noite é o que o trás hoje já ganhou solidam e paz...  
Talvez vez mesmo pão. (Luís de Goes- Canções para  
quem vier, 2002)*

*À noite sou um rei vadio, A lua ate dói a farrapos e eu  
lavo os meus olhos no rio, mas dói-me a lembrança dos  
sapos... (Luís de Goes- Balada do Rei Vadio- Canções  
de amor e de esperança, 1972)*

## **Resumo**

Se nos interrogássemos como é possível criar uma construção individual e/ou coletiva a partir de um lugar presente na nossa memória descritiva e afetiva - sobre a qual revíssemos nela mesma os sentimentos afetivos e decadentes do espaço, por nós projetados, e ao mesmo tempo, o que este projetou e projeta na nossa memória, certamente encontrar-nos-íamos como pertencentes a esse mesmo espaço (Pollak, 1992). Neste modo, a compreensão da alteração do lugar é igualmente percecionada como uma interrogação sobre o mesmo, pois essa alteração poderia assim quebrar os elos estabelecidos entre a memória, a afetividade e a identificação pessoal e coletiva. Se compreendemos assim uma atitude cíclica entre estes processos a identificação, como a afirmação do *Ego* do lugar e este no *Ego* é a mais profunda relação que revivemos quando recordamos o mesmo.

Como tal, a investigação decorrente – assente numa metodologia de carácter fundamentalmente qualitativo - estabelece um paralelo entre os pontos anteriormente afirmados, como o processo de produção e reprodução do espaço, neste caso particular o Mercado do Bolhão na Cidade do Porto, e os seus comerciantes. Questionando, assim, a intrínseca relação que os comerciantes têm com o mercado e de que forma está assim enraizada nos seus seios familiares, são, ao mesmo tempo, interpretados os processos de mudança do tecido urbano na cidade do Porto – através de uma compreensão histórica e mediática dos mesmos na cidade e para a cidade. Albergando, portanto, uma posição histórica sobre o mercado e os processos de reabilitação e renovação do tecido urbano, criamos a necessidade de compreender onde é localizado simbolicamente o Mercado do Bolhão neste mesmo processo de mudança e como este é percecionado na cidade e para os comerciantes, propondo uma nova projeção futura para o mesmo.

**Palavras-chave:** Mercado do Bolhão, histórias de vida, comerciantes, cidade, reabilitação, requalificação.

## **Abstract**

If we were to ask ourselves how it is possible for memory to create an individual and/or collective construction from a place present in our descriptive and affective memory, upon which we review the affective and decadent feelings of space, projected to us, at the same time, this projection into our memory, would surely find us as belonging to that same space (Pollak, 1992). In this way, the understanding of the alteration of the place is also perceived as an interrogation about the same, since this alteration could thus break the established links between the memory of affectivity, personal and collective identification. If we thus understand a cyclical attitude between processes of identification, as the affirmation of the *Ego* in the place, and the place in the *Ego*, is the deepest relation that we come to relive when we remember that same space. As such, the resulting investigation establishes a parallel between the points previously affirmed, as the process of production and reproduction of space, in this case the Mercado do Bolhão in the City of Oporto, and its merchants.

Questioning this, the intrinsic relationship that merchants have with the market and how it is so rooted in their family, it is at the same time interpreted as the processes of change of the urban tissue in Oporto, on a historical and mediatic level, therefore in the city. To create a historical position on the market and the processes of rehabilitation and renewal of the urban tissue, we created the need to understand where the Mercado do Bolhão is located, in this same process of change and how it is perceived in the city and for the merchants, when is thus revised a new future projection for it.

**Key Words:** Mercado do Bolhão, Life Histories, Merchants, City, and Rehabilitation.

## **Índice de Figuras**

Figura 1 Fotografia relativa ao comércio de Vinhos e Salgados dentro do Mercado do Bolhão ( piso inferior) .....	13
Figura 2 Fotografia de jovens a circular entre os pisos do Mercado do Bolhão (Entrada R. Sá da Bandeira) .....	24
Figura 3 Centro Histórico do Porto- Área classificada Património Mundial (verde), Área de proteção, Vista Parcial (Vermelho), e Muralha do século XIV (azul) .....	33
Figura 4 Evolução dos Edifícios na área envolvente ao Mercado do Bolhão desde 1991 a 2011 .....	37
Figura 5 Evolução da População Residente na área envolvente ao Mercado do bolhão desde 1991 a 2011 .....	41
Figura 6 Fotografia do interior do Mercado do Bolhão (entrada Rua Sá da Bandeira piso superior) e exterior do Mercado (Rua Fernandes Tomás) .....	42
Figura 7 Fotografia das estruturas de metal presentes e estado de conservação das lojas do piso superior da entrada da Rua Sá da Bandeira .....	53
Figura 8 fotografia das estruturas de metal presentes e estado de conservação das lojas do piso inferior a norte do centro do mercado .....	54
Figura 9 Fotografia dos serviços de hortícolas, frutas e flores do piso superior (1) e corredor dos talhos (2) com presença das estruturas de metal .....	54
Figura 10 Serviços internos do mercado (tipo de serviços por categoria de comércio) .....	55
Figura 11 Estado de conservação do interior do Mercado do Bolhão .....	57
Figura 12 Modelo de Análise de Investigação .....	61
Figura 13 Fotografia da passagem central do Piso Superior do Mercado em 1939 e previsão do projeto para o novo mercado .....	70
Figura 14 Fotografia panorâmica do Centro do Mercado, Varanda do piso intermedio da Rua Alexandre Braga .....	85
Figura 15 Atitudes observadas no mercado por piso e por pontos estratégicos .....	90
Figura 16 Comportamentos observados por pisos e por pontos estratégicos .....	91
Figura 17 Distribuição dos grupos etários observados no mercado .....	94
Figura 18- Perspetiva atual e futura para a entrada do Mercado do Bolhão (Entrada da Rua Formosa) .....	153
Figura 19 Perspetiva para o interior do Mercado do Bolhão (vista do Piso superior para o Piso Inferior) .....	154

## **Índice de Gráficos**

Gráfico 1 Percentagem de ocupação dos serviços por piso no Mercado do Bolhão .....	51
Gráfico 2 Ocupação geral dos serviços do Mercado do Bolhão por categoria e piso .....	52
Gráfico 3 Número de notícias sobre o Mercado desde 2012 a 2017 .....	74
Gráfico 4 Dimensão das notícias.....	74
Gráfico 5 Tipo de Notícia (2012 a 2017) .....	75
Gráfico 6 Categoria do Título segundo Tipo de Notícia (2012 a 2017).....	76
Gráfico 7 Referência categoriais no conteúdo das notícias (2012a 2017) .....	77
Gráfico 8 Relação do Título das notícias (Governação Urbana e Perspetiva do Mercado do Bolhão) com as categorias do conteúdo .....	81
Gráfico 9 Comportamentos observados (comerciantes e não comerciantes) .....	92
Gráfico 10 Aproximação do número de indivíduos observados segundo o género e a dimensão (comerciantes e não comerciantes) .....	95
Gráfico 11 Grupo etário por aproximação à dimensão do género.....	96
Gráfico 12 Distribuição do género no mercado (total) e tipo de comerciante .....	100

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1 Tabela Síntese dos conceitos de comércio tradicional e comércio moderno e as questões estruturais .....	44
Tabela 2 Categorias associados à reabilitação urbana do Bolhão .....	78
Tabela 3 Categorias associadas à caracterização do Mercado .....	79
Tabela 4- Quadro das categorias das entrevistas semiestruturadas de histórias de vida dos comerciantes do Mercado do Bolhão .....	157

## **Lista de Abreviaturas**

**BGRI-** Base Geográfica de Referenciação de Informação

**CH-** Centro Histórico

**CHP-** Centro Histórico do Porto

**CMP-** Câmara Municipal do Porto

**CRUARB-** Comissariado para a Renovação Urbana da Área da Ribeiro- Barredo

**DGCI-** Direção Geral de Impostos

**FDZHP-** Fundação para o Desenvolvimento da Zona Histórica do Porto

**IGESPAR-** Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico

**INE-** Instituto Nacional de Estatística

**PDM-** Plano Diretor Municipal

**Porto Vivo, SRU-** Porto Vivo, Sociedade de Reabilitação Urbana

**PPUBS-** Projeto Piloto Urbano do Bairro da Sé

**PROCOM-** Programa de Urbanismo Comercial

**UNESCO-** United Nations Educational Scientific and Cultural Organization  
(Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura)

**ZIP-** Zona de Intervenção Prioritário



## **PARTE 1. PARA UMA METAFÍSICA DA CIDADE VIVIDA**

“Finalmente, a viagem conduz à cidade de Tamara. Penetra-se por ruas cheias de placas que pendem das paredes. Os olhos não veem coisas mas figuras de coisas que significam outras coisas: o torquês indica a casa do tira-dentes; o jarro, a taberna; as alabardas, o corpo de guarda; a balança, a quitanda. Estátuas e escudos reproduzem imagens de leões delfins torres estrelas: símbolo de que alguma coisa — sabe-se lá o quê — tem como símbolo um leão ou delfim ou torre ou estrela. (...). Se um edifício não contém nenhuma insígnia ou figura, a sua forma e o lugar que ocupa na organização da cidade bastam para indicar a sua função: o palácio real, a prisão, a casa da moeda, a escola pitagórica, o bordel. Mesmo as mercadorias que os vendedores expõem em suas bancas valem não por si próprias mas como símbolos de outras coisas: a tira bordada para a testa significa elegância; a liteira dourada, poder; os volumes de Averróis, sabedoria; a pulseira para o tornozelo, voluptuosidade. O olhar percorre as ruas como se fossem páginas escritas: a cidade diz tudo o que você deve pensar, faz você repetir o discurso, e, enquanto você acredita estar visitando Tamara, não faz nada além de registrar os nomes com os quais ela define a si própria e todas as suas partes.” (Calvino, 1990: 14).

## **Introdução**

“Se quiserem acreditar, ótimo. Agora contarei como é feita Otávia, cidade-teia-de-aranha. Existe um precipício no meio de duas montanhas escarpadas: a cidade fica no vazio, ligada aos dois cumes por fios e correntes e passarelas. Caminha-se em trilhos de madeira, atentando para não enfiar o pé nos intervalos, ou agarra-se aos fios de cânhamo. Abaixo não há nada por centenas e centenas de metros: passam algumas nuvens; mais abaixo, entrevê-se o fundo do desfiladeiro. Essa é a base da cidade: uma rede que serve de passagem e sustentáculo. Todo o resto, em vez de se elevar, está pendurado para baixo: escadas de corda, redes, casas em forma de saco, varais, terraços com a forma de navetas, odres de água, bicos de gás, assadeiras, cestos pendurados com barbantes, monta-cargas, chuveiros, trapézios e anéis para jogos, teleféricos, lampadários, vasos com plantas de folhagem pendente. Suspensa sobre o abismo, a vida dos habitantes de Otávia é menos incerta que a de outras cidades. Sabem que a rede não resistirá mais que isso” (Calvino, 1990: 45).

Decorrente deste processo de investigação sobre o Mercado do Bolhão na Cidade do Porto, foi possível apurar um conjunto de resultados satisfatórios que se enquadram na posição espáciotemporal que o mercado se encontra nos dias atuais. Recorrendo a uma metodologia de carácter qualitativo, em que a informação é recolhida e colocada sob a análise de ferramentas e técnicas particulares, é visível portanto que o mercado é expresso e sentido, não só como um lugar com um certo posicionamento geográfico e administrativo, mas também, como um berço de memórias e de identidades pessoais e coletivas dos seus atores. Contudo, uma compreensão sobre o mesmo, revê a possibilidade de uma interpretação sociológica, aliada num conjunto de teorias de autores basilares da sociologia, referentes ao conceito de cidade bem como aos conceitos de pertença à mesma do *Ego* (comerciante), reintrepretando as suas teorias originais e refletindo a possibilidade dos comportamentos serem moldados, uma vez que decorrem de um processo de socialização dentro do mercado - como um palco de representações e apreensões do quotidiano, de comportamentos particulares ao *modus operandi* do mercado e dos seus comerciantes.

Rever e analisar o mesmo como o epítome de um conceito inerente ao espaço e aos seus atores- *Ego comerciante do Bolhão*- requeriu que a compreensão fosse feita por um conjunto de entrevistas semiestruturadas ao nível das histórias de vida dos comerciantes, tanto do interior do mercado como do exterior, representando assim um mercado de forma uníssone e uma vontade coletiva de melhoria, de reabilitação/requalificação do espaço, face ao processo de intervenção previsto, assente

nas projeções da Câmara Municipal do Porto, expressas no Projecto de Restauro e Modernização do Mercado do Bolhão (CMP, 2016). Ao mesmo tempo que nos apercebemos da aplicabilidade das entrevistas semiestruturadas para recolha de histórias de vida dos comerciantes, nomeadamente sobre a sua preceção e sentimentos de pertença relativos ao mercado, mas também do mercado como parte do seu património familiar, surge a importância de uma interpretação destes aspetos que se expressa pelo confronto com algumas imagens atuais, mas inclusive do futuro do Mercado do Bolhão, que reitaram por sua medida, sentimentos mais profundos sobre o mesmo, onde se destacam assim histórias particulares de cada comerciante em determinados espaços, como ao mesmo tempo se assume, cada vez mais próxima a mudança para o mercado temporário.

Igualmente, além da análise destas entrevistas, procedemos a uma discussão sobre o mercado com base nos média, em particular no Jornal Público (Ed. Porto). Concomitantemente, procuramos perceber a forma como os discursos se apresentam, que tipo de informação é produzida pelo jornal sobre o Bolhão. Além desta compreensão, destacamos a possibilidade de obtenção de contributos de outras áreas de conhecimento, nomeadamente a cartografia, para a apresentação [carto]gráfica de mapas relativos ao espaço interno do mercado, onde são expressos os registos do diário de campo - proporcionando uma representação visual dos dados. Aqui, este desempenho possibilitou um exercício de interdependência entre mapas e as observações para uma compreensão da complexidade social das relações intra e interpessoais dos espaços e dos comerciantes (como igualmente os não comerciantes) - revelando o mercado como um polo de sociabilidades. Dado que surgem mapas referentes a estas informações, destacamos aqueles que são representantes de informação estatística (BGRI, INE), operando uma transformação do tecido urbano do Porto sobre o sabor dos planos de reabilitação apresentados e aplicados por diversas entidades particulares e públicas. Como tal, segmentando assim a informação presente e antecipando o que será abordado em cada capítulo e subcapítulo desta Dissertação, apresentamos um pequeno sumário de cada um deles:

*Capítulo 1-* Compreensão das diversas temáticas e do conceito de cidade à luz da interpretação sociológica de autores basilares, com base na apreensão dos moldes que a cidade é assim governada, suas formas de governança e interiorização por parte do indivíduos.

*Capítulo 2- \_Entendimento histórico da governança e dos acontecimentos que mudaram o tecido urbano do Porto, até ao dias de hoje, e ainda a crescente posição do mercado ao sabor dos planos aplicados na cidade.*

*Capítulo 3- Distinção entre o comércio tradicional e comércio moderno, destacando considerações acerca da importância cartográfica da informação para e no mercado, como formas de análise de dados físicos do espaço.*

*Capítulo 4- \_Estabelecimento de uma sistematização e justificação das escolhas metodológicas, bem como processos de aplicabilidade, entraves e forma de contorno de adversidades.*

*Capítulo 5- \_Reflexão analítica dos planos propostos pela CMP, sobre o mercado e a interpretação mediática dos discursos propostos pelos jornais, em particular o Jornal Público, como início da investigação.*

*Capítulo 6 - Projeção dos resultados das observações em relação aos comportamentos e atitudes observadas, além da sua representação [carto]gráfica, de modo a auxiliar na perceção da relação que os comerciantes estabelecem com o espaço físico e social. Por fim analisar em profundidade as histórias de vida dos comerciantes, focando nos sentimentos de afetividade do mercado, como afiguradores do sentimento de pertença e identidade pessoal e coletiva.*

## **Capítulo 1. Cidade vivida: do conceito de reabilitação ao conceito de governança**

**Figura 1** Fotografia relativa ao comércio de Vinhos e Salgados dentro do Mercado do Bolhão ( piso inferior)



Fonte: Rui Saraiva, 2017. *Bolhão Hoje*, Flickr.<sup>1</sup>

### **1.1. Para uma metafísica do lugar e do conceito de cidade**

Compreender a extensão total do conceito de cidade não é por si uma tarefa fácil, nem ao mesmo tempo concisa devido aos diferentes ramos científicos que a cercam, pelo seu carácter mutável e moldável, são várias as áreas de conhecimento que tentam de certa forma delimitar e expor a sua definição, e sobre tal, são várias as vezes que vemos que tais limitações ao conceito são por si cruas e ambíguas, no sentido em que não estendem as suas definições a fatores que igualmente participam na formação do conceito cidade, acarretando consigo a ideia que cada ciência, mais especificamente, cada área de conhecimento, define-a ao sabor do que necessita e do que quer analisar. Por outras palavras, o juízo do que é cidade é apenas atribuído consoante o que necessita ser estudado, ora se por um lado o estudo é sobre aspetos físicos, então o conceito é por si voltado e definido como físico- cidade física-, por outro lado, pode ser pela vertente

---

<sup>1</sup> Disponível em: [https://www.flickr.com/photos/r\\_saraiva/](https://www.flickr.com/photos/r_saraiva/)

humana- então a cidade é apenas humana- não promulgando uma dupla influência sobre os mesmos aspetos.

Contudo, não podemos atribuir culpa à forma como cada ciência o usa, muito pelo contrário, podemos compreender a verdadeira característica moldável que tal conceito assume e de que modo podemos usá-lo, para chegarmos a ideias cada vez mais complexas sobre o que é estudado. A sua permanente inconsistência pode ser compreendida com os contributos de Wirth (1983) ao afirmar que a cidade, ou o que pode ser analisado sobre a cidade, não é algo singular mas sim, algo que se revê e apoia sobre outras áreas da ciência que contribuem para a sua definição [de cidade], tais exemplos dados pelo autor são o da geografia, história e economia que vêm a sua definição de forma isolada.

Apesar da multiplicidade do conceito, necessitamos compreender a sua noção mais básica, ainda sobre a alçada dos contributos de Wirth (1983), o autor avança com uma definição sociológica do conceito, que reserva em si contributos de outras áreas, mas que ao mesmo tempo, destaca a importância do modo como os elementos urbanísticos marcam, de forma distinta, as vivências sociais: “uma definição sociologicamente significativa de cidade procura selecionar aqueles elementos do urbanismo que a marcam como um modo da vida humana em grupo” (Wirth, 1983: 4, *tradução própria*). Sobre esta forma de definir cidade, não podemos cair sobre o mesmo manto das outras ciências, mas sim procurar o que é similar a todas e ao mesmo tempo deixá-lo em aberto, para que outras características sejam descobertas, não criando assim uma pormenorização excessiva que levaria ao mesmo caminho que as diferentes áreas anteriormente exemplificadas seguem. Perante tal, uma questão pode ser expressa: *Quais as características e como essas mesmas podem fundar uma definição de cidade- mais em específico no caso da Cidade do Porto?* Com a utilização da definição sociológica de Wirth (1983), podemos iniciar os primeiros passos que este trabalho de investigação pretende analisar no cenário portuense. Assim sendo, podemos interpretar a definição sociológica como a relação que a cidade do Porto tem como o Mercado do Bolhão, como ao mesmo tempo aferir como é que o mercado se centra na cidade do Porto. Logo, as nossas questões de partida revelam-se: *Quais os impactos da Reabilitação/Requalificação do Mercado do Bolhão na cidade e nos comerciantes?; Quais os sentimentos dos comerciantes face ao Projeto de Requalificação/Reabilitação do Mercado do Bolhão, bem como, as representações dos mesmo acerca do Mercado?.*

Desta forma, demos assim início à nossa investigação, com a exposição destas duas questões de partida, ressalvando que ambas não podem ser pensadas isoladamente<sup>2</sup>. De certo modo, como consequência destas mesmas interrogações iniciais, temos a necessidade de balizar os objetivos gerais de investigação como sendo:

1. Compreender a posição do Mercado do Bolhão face à cidade do Porto, isto é, a sua localização, o seu caráter histórico e o seu peso simbólico na cidade, nos seus frequentadores e habitantes em redor;
2. Explorar a extensão dos Planos de Melhoramento do Edificado do Mercado do Bolhão e as suas resoluções, assim como, os seus impactos nas representações de vendedores, frequentadores e habitantes;
3. Analisar os sentimentos de pertença dos comerciantes face ao Mercado do Bolhão, bem como as suas histórias de vida.

Ao criar os nossos objetivos gerais, percebemos que estes geram em si um conjunto de objetivos mais específicos, sobre os quais a nossa investigação se afunila, indo de encontro ao objeto de estudo. Como aferido, os nossos objetivos específicos ficaram delineados como sendo:

1. Compreender a localização do Mercado do Bolhão no centro da cidade, bem como a sua aproximação com o Centro Histórico do Porto;
2. Interpretar a necessidade de um mercado como o do Bolhão na atual cidade, atendendo às novas dinâmicas de comércio;
3. Perceber a dinâmica dos projetos que se encontram em vigor para o Mercado do Bolhão, isto é, a finalidade esperada para cada um deles no que concerne a recuperação e o melhoramento do edificado em estudo;
4. Analisar os impactos que estes projetos possam ter no futuro do mercado;
5. Analisar os sentimentos de pertença e histórias de vida dos comerciantes do Mercado face ao mesmo, e ainda de que forma estes mesmos podem ser

---

<sup>2</sup>Esta mesma característica, apesar de ser particular à cidade do Porto, demonstra igualmente ser suficientemente abrangente para ser compreendida em outros espaços e locais, fomentando assim a ideia de que uma definição sociológica de cidade deve contemplar pormenores comuns, mas não excessivamente particulares.

alterados devido às mudanças que ocorrerão no Mercado em termos de reabilitação e modernização.

Neste mesmo sentido, a criação destes pontos ou objetivos de análise, tenta respeitar ao máximo a definição sociológica de Wirth (1983), sobre o facto de olharmos para a cidade e vermos as suas características gerais e não apenas as específicas, dedicando a nossa investigação a uma compreensão física do palco citadino portuense como igualmente uma compreensão junto dos atores sociais, nomeadamente os que estão no Mercado do Bolhão.

## **1.2. Abordagem e recortes da cidade**

Não podemos negar que os contributos de Wirth (1983) não foram valiosos para iniciarmos este mesmo processo de investigação, contudo não podemos deixar de lado o peso teórico que clássicos da sociologia trouxeram para os dias de hoje e a forma como podemos perceber essas mesmas definições nas cidades do século XXI, levando mesmo a perguntar o quão atuais são estas definições e se de facto as definições de cidade foram-se adaptando com o avançar dos anos.

Sobre uma perceção cronológica dos autores, bem como das suas teorias sobre a cidade, podemos neste instante focar a nossa atenção nas ideias apresentadas por Weber (1982) sobre esta temática, uma vez que para o autor, a conceptualização do que é ou deve ser a cidade não deve assentar exclusivamente no tamanho da mesma, isto é, não deve ser feita uma análise apenas em termos espaciais ou em densidade populacional, mas sim uma análise que assenta numa tipologia que tenha em consideração outros aspetos igualmente importantes, nomeadamente a organização política e económica: “A cidade constitui, do ponto de vista político, uma associação parcialmente autónoma e, nesse sentido a autonomia relativa aparece como critério chave” (Weber, 1982: 29, *tradução própria*). Porventura, do ponto de vista económico, o que define a cidade é o facto de esta ser - e poder ser - um lugar de mercado, no sentido em que é nela que ocorrem as principais atividades económicas dos diversos setores. O mesmo autor revela ainda o facto de existirem diferentes tipos de cidade, fazendo assim alusão a um eixo de ideais tipo, argumentação e tipologias, que acabam por ser algo que marca a suas obras. Então



em termos de tipo ideal podemos falar em cidade, mas existe sempre uma necessidade subjacente de um certo predomínio de relações comerciais, bem como de outro tipo de características (Weber, 1982), atendendo que dentro da análise daquilo que é a cidade, e a sua densidade populacional ou tamanho físico, permite que possamos apontar o fenómeno de urbanização como expressão desses mesmos. Concentrando-nos num pensamento sociológico sobre esta temática, tanto da cidade como do espaço urbano, e de como estas podem ter influência nos diferentes espaços que a compõem, podemos olhar para os contributos de Lefébvre (1968), sendo de mencionar que algo que diferencia Lefébvre dos restantes autores que já têm sido abordados ao longo deste capítulo, é o facto de o mesmo ter em conta que o espaço, enquanto produto social no contexto do capitalismo, assume uma determinada configuração que vem, por sua vez, traduzir as lógicas dos modos de produção. Desta forma, o espaço além de ser um produto social é, também ele, social.

“Principalmente porque o espaço assim produzido também serve de instrumento de pensamento e de ação, é ao mesmo tempo um meio de produção, um meio de controlo, portanto de dominação e poder - mas que escapa parcialmente, como tal, àqueles que se importam” (Lefébvre, 1981: 35, *tradução própria*).

Sobre tal pensamento acerca do espaço, o autor considera-o como um reflexo e um espelho das relações sociais e por isso mesmo, as cidades introduzidas no sistema capitalista são fortemente influenciadas pelos modos de produção, sendo que estes, por sua vez, influenciam e se traduzem numa imposição das relações capitalistas, ou seja, nas ditas relações sociais que gerem a vida quotidiana. Lefébvre (1981)<sup>3</sup> encontra-se interessado em compreender aquilo que é percebido, o que é concebido e o que é vivido, revelando-se assim a principal fonte de conhecimento para a compreensão das práticas sociais levadas a cabo no Mercado do Bolhão, as representações acerca do mesmo e as ilações face ao espaço em si. Isto é,

“A prática espacial diz respeito ao processo que garante a produção reprodução dos conjuntos espaciais característicos de determinada formação social e cuja continuidade promovida num quadro de relativa coesão implica que os membros de tal sociedade sejam dotados de uma certa competência e de uma certa performance” (Machado, 2012: 13).

Assim sendo, as representações face a um espaço dizem respeito àquilo que é concebido, ou seja, não podemos encarar estas mesmas representações sem ter em atenção

---

<sup>3</sup> In Machado 2012:13.

que o espaço, para ser concebido, deve ser associado a um conjunto de agentes, e por isso, “Os espaços de representação são o espaço vivido, o espaço dos habitantes e dos utilizadores” (Machado 2012: 13). Perante esta preocupação do espaço capitalista, outro interesse de Lefébvre (1981), são as próprias contradições que daí advêm, destacando, desde logo, o valor de troca e o valor de uso, uma vez que o espaço acaba por ser explorado nas mais diversas variantes com o objetivo de obter lucro, o que acaba por deixar para segundo plano as necessidades sociais dos indivíduos que usufruem e inevitavelmente acabam por consumir esse mesmo espaço. Algo que pode estar associado à exploração do espaço, não só na vertente económica, é a exploração que é feita através da expansão do que é o tecido espacial urbano, gerando uma cidade pouco uniforme e fragmentada, posto isto, não podemos conceber uma análise dos espaços se não tivermos em linha de conta o impacto que a participação dos indivíduos pode ter, não só nas formas de consumir o espaço, mas também na ótica da habitação/ocupação e socialização.

Retomando aquilo que foi dito inicialmente da necessidade de uma sociologia urbana, Manuel Castells (1975b)<sup>4</sup> é um autor-chave para a análise da cidade como um espaço de consumo coletivo, sendo que a sua abordagem assenta em duas problemáticas estruturantes: a reprodução das formas de trabalho e do consumo coletivo (Machado, 2012: 15). Promulgando a mesma linha teórica anteriormente descrita por Lefébvre (1981), Castells (1976) mantém em mente os impactos que o capitalismo pode ter, sendo que as cidades se assumem como a principal localização para a reprodução da força de trabalho, mas também acabam por ser centrais no que concerne os processos de consumo coletivo, isto é, “a cidade é um reflexo da sociedade no espaço e, deste modo, da especificidade de uma determinada realidade histórica” (Machado, 2012: 15), considerações ainda hoje aplicáveis na cidade do Porto.

Transversalmente à questão do espaço(s) físico(s), o próprio vai relacionar-se com outros elementos, sendo um deles o indivíduo(s) e como estamos a falar de seres sociais, não podemos descurar que é efetivamente através dos relacionamentos interpessoais que a cidade – neste caso, o espaço físico – vai ganhar forma e por conseguinte, uma significação social (Machado, 2012: 15). Apesar de já ter sido apontado um ponto em comum em termos analíticos com Lefébvre (1981), podemos destacar – através de Machado (2012) – algumas críticas que Castells (1975a) desenvolveu, principalmente

---

<sup>4</sup> Cit. por Machado 2012: 15.

naquilo que concerne a cidade ou a visão sobre a mesma como sendo um lugar geográfico, que faz parte e se insere numa sociedade, com determinadas técnicas e condições materiais, tais como o meio ambiente envolvente e a população, que dão origem a um sistema que pressupõe e assenta na existência de classes sociais, isto é, um sistema político que assegura em simultâneo uma estrutura social que orienta o indivíduo e os seus comportamentos, bem como o domínio de uma classe que é proprietária, um sistema de investimentos da sociedade e, por fim, o sistema externo que se centra na troca de produtos com outras comunidades, sendo de mencionar que estes eixos de análise ou condições se afiguram como algo que o autor considera relevante e que ainda é passível de ser aplicado atualmente, bem como a dificuldade de encontrar uma definição chave ou síntese para aquilo que é o urbano.

### **1.3. Governança: a cidade, como se gere?**

Com a exposição teórica anteriormente descrita, revelou-se a necessidade de analisarmos um outro conjunto de questões que foram sendo levantadas com o decorrer da investigação. De facto, o cunho impingido pelos autores anteriormente descritos, tiveram como valência a criação de uma base teórica sobre a cidade e sobre os eixos que a compõem, mais especificamente sobre a cidade do Porto, contudo, ao mesmo tempo que percebemos como a cidade é construída e como ela funciona - destacando aqui aspetos como o facto desta ser como um *palco* para os atores sociais, onde representam os seus papéis - devemos neste momento compreender como é que ela própria é gerida e ainda, como é que a cidade se regulariza ou é regularizada.

Deslocando assim as teorias sociológicas da cidade de alguns autores essenciais, podemos pensar como é feita a reabilitação das mesmas, sobre o carácter específico da cidade do Porto e de modo mais particular, o Mercado do Bolhão. Contudo, antes mesmo de avançarmos para o caso particular do Mercado, devemos compreender como é, primeiramente, percecionada a reabilitação da cidade e os seus impactos, tendo como pilar uma análise que se sustenta numa exposição teórica dos mesmos, por outras palavras sobre um contexto macrossociológico. É sabido que já ocorreram profundas alterações das formas urbanas que apenas são percecionadas em termos de efeitos que se produzem e, por vezes, reproduzem no espaço social urbano, sendo um deles o crescimento

metropolitano e o papel que este desempenha nas formas de estruturação dos territórios, podemos afirmar a existência de um processo de urbanização que se materializou em termos históricos, uma vez que atualmente se verifica uma importância significativa – face a este fenómeno de crescimento urbano – que se baseia num aumento crescente das metrópoles e das regiões metropolitanas, e inclusive, os impactos no desempenho económico dos territórios,

“Esta complexidade e crescimento urbano têm vindo a fazer emergir novas problemáticas e a exigir uma série de mudanças relevantes para a operatividade quotidiana do planeador e gestor urbano que obrigou à revisão crítica dos instrumentos disponíveis” (Guerra, 2000: 38).

Deste modo, podemos destacar a questão da descentralização das competências relativas à vertente urbanística, sendo que em certa medida, continuam a persistir este tipo de fenómenos, principalmente naquilo que podemos considerar (ou ver) como modelos urbanísticos dos governos de cariz central, transferidos para os governos regionais e locais, ou seja, assiste-se cada vez mais a uma passagem de poder ou de competências de governos centrais para governos – neste caso câmaras municipais ou outros organismos – locais ou regionais, demonstrando processos de autonomia em termos de intervenção na cidade. Toda esta complexificação, além dos impactos urbanos e sociais, materializou-se em mutações ao nível político, nomeadamente ao nível legislativo, sendo que se nota uma crescente preocupação com as especificidades de cada região, sendo que estas podem começar a ser autónomas, no que diz respeito às formas de intervenção e atuação junto do urbano (Guerra, 2012a). Logo, ocorre uma substituição da planificação tipicamente normativa e centralizada, gerando novos conflitos entre os diferentes níveis de intervenção, dado que agora, neste jogo político e legislativo, devemos ter em atenção o papel dos municípios, das regiões e dos governos centrais.

Simultaneamente a esta transferência dos poderes políticos e administrativos de intervenção na cidade, ocorreu uma descentralização que também pode ser aplicada à emergência de novos agentes que possuem influência no processo de planeamento (Guerra, 2000: 38), ora, assim sendo, surgem cada vez mais acentuadas as relações de interdependência entre as atividades económicas, a intervenção e o planeamento urbanístico e, face aos agentes económicos – do setor público e privado – também a sociedade civil tem vindo a ganhar peso nas decisões, principalmente com os movimentos sociais, porém estes últimos direcionam as suas preocupações para a qualidade de vida que pode ser proporcionada ou retirada com estas políticas de intervenção (Guerra, 2000:

38). Toda a questão social tornou-se territorial encontrando-se concentrada nos setores que são fragilizados nos grandes conjuntos metropolitanos. O espaço, principalmente e acima de tudo, o espaço metropolitano emerge dentro de uma grande arena política promovendo reflexões aos mais diversos níveis, atendendo que “o espaço, sobretudo o espaço urbano, é hoje, aliás como outrora, em larga medida, o domínio por excelência da ação coletiva, questionando formas de entender, de concertar interesses e lógicas divergentes e contraditórias” (Guerra, 2000: 38).

Uma nova abordagem da cidade, advém de um determinado reconhecimento do pouco impacto que as políticas/ações de intervenção e planeamento tradicionais têm vindo a ter, mas também, pelas novas formas que surgiram de encarar e analisar um território<sup>5</sup>. Para se intervir num território é necessário existir um governo, então as novas formas de governação procuram informar-se sobre as novas regras que surgem, nas quais se devem ajustar aos diversos protagonistas, que atuam no espaço social. Assim, a organização de um território é partilhada por uma enorme diversidade e heterogeneidade de atores sociais, com diversos interesses e lógicas, sendo que as próprias formas de ocupação territorial acabam por se agudizar neste âmbito, devido às conflitualidades e divergências de interesses. Atualmente é considerado muito importante um planeamento estratégico de territórios, estruturado numa metodologia que se baseia e assenta em três desafios (Guerra, 2000: 42), sendo eles a incerteza criada pelos dinamismos exteriores, a crescente complexificação dos processos urbanos e, por último, a diversidade de agentes. Em suma, todas estas novas formas de pensar a intervenção devem e podem ser tidas em conta quando analisamos o caso dos processos de intervenção para a reabilitação do Mercado do Bolhão, além dos sistemas locais de governança, não devemos descurar a importância que os indivíduos possuem nesses mesmos planos de intervenção. Neste caso específico, não devemos apenas ter em atenção os indivíduos que se apropriam do espaço para consumo, mas sim, por outro lado, devemos ter no nosso pensamento os comerciantes que acabam por serem envolvidos e afetados por estes processos políticos e legislativos. Posto isto, podemos desde já fazer a ponte para o próximo subcapítulo em que se abordarão as questões intrínsecas aos sentimentos e significados que podem ser

---

<sup>5</sup>“A exploração de métodos de planeamento estratégico corresponde largamente a um movimento de racionalização instrumental da ação pública urbana que utiliza utensílios e procedimentos mais ou menos formalizados invocando procedimentos científicos e técnicos com vista à melhoria das formas de trabalho da ação pública” (Guerra, 2000: 39).

atribuídos a certos espaços físicos e sociais (Guerra, 2012b). Tomando por base uma abordagem de cariz relacional, informada no que Loïc Wacquant (1992) defende: “contra todas as formas de monismo metodológico que pretendem afirmar a prioridade ontológica da estrutura ou do agente, do sistema ou do ator, do coletivo ou do individual, Bourdieu proclama o primado das relações” localizadas segundo as coordenadas tempo e espaço (Cit. por Guerra, 2002: 66) – em plena sintonia com os contributos de Pierre Bourdieu (1993) -, ao nível do quadro teórico-conceptual operativo, pela forma como este perspetivou o espaço social e a centralidade do mesmo, como mecanismo dos processos de recomposição sócio espacial, tais autores prendem-se com a análise que pretendemos realizar.

A análise bourdieusiana resulta na “relação entre espaço físico e as produções sociais de sentido nele emergentes” (Guerra, 2002: 21), sendo que Bourdieu (1993), afirma que a posição do agente no espaço social pode ser definida tendo por base a posição ocupada no campo, e a última relaciona-se com a posse e capacidade de mobilização de capitais nas suas diversas modalidades (económico, cultural e social), sendo o capital simbólico transversal às diversas modalidades de capital e crucial, na medida em que opera na lógica da legitimação dos capitais que, por sua vez, permitem a sua perceção e reconhecimento (Guerra, 2012b). Bourdieu concetualiza ainda o espaço social como “relacional” (Guerra, 2002: 3) onde as posições ocupadas pelos agentes sociais emergem no contexto de interação e por comparação (Guerra, 2012b). O *habitus* de que nos fala Bourdieu constitui um conjunto de (re)estruturações identitárias. Sobre tal, compreende-se que o *habitus* de Bourdieu (1963), é expresso com o sentido de, no mundo social, partilharmos condições materiais e objetivas de existência, o que nos faz ocupar diferentes posições no espaço social. Assim, Bourdieu (1963), chama de interiorização da exterioridade às condições de existência que se encontram associadas a certas posições no espaço social que vão sendo incorporadas, pelo que tudo isto forma o *habitus*, um conjunto de disposições que são formas de sentir, conceber, representar e percecionar o mundo, porém este processo só fica completo com uma exteriorização da interioridade, o que corresponde ao modo como o *habitus* se expressa, por exemplo através de opiniões, atitudes e práticas, o que Bourdieu (1963) denomina de tomada de posições, ou seja, existem certos comportamentos e práticas que são socialmente aceitáveis e outras que não o são, o individuo tende a agir em função disso, remontando assim ao conceito de *habitus*.

Ao pensarmos esta mesma questão em relação ao Mercado do Bolhão podemos, de certa forma, relacionar o modo como os comerciantes vêm este espaço e como exteriorizam a sua interioridade nele mesmo, através de conjunto de tradições e manifestações pessoais (exemplo do praguejo) na qual projetam o seu “interior” para o mercado, nomeadamente no seu trabalho e na sua banca, revelando assim duas formas do *habitus*, uma em relação ao mercado de modo geral e outro em relação às bancas que os comerciantes ocupam. É possível entender tal aspeto como uma extensão deles próprios, manifestando fisicamente as vontades e desejos de cada um para o mercado, através das suas palavras e ações que no fundo caracterizam o mercado de modo geral. Podemos ainda aplicar o conceito de capital social de Bourdieu (1970), sendo que o mesmo se refere às redes de relações sociais e interações da qual os indivíduos fazem parte, sendo que neste sentido, conseguimos ver a sua aplicabilidade nos tipos de interações que ocorrem dentro do mercado quer sejam entre os próprios comerciantes, e até mesmo entre os comerciantes e clientes. Assim sendo, através destes três conceitos basilares para a sociologia, é-nos possível compreender vários eixos não só para os comportamentos, mas também dos indivíduos (de forma mais específica) e as suas relações com o espaço.



## **Capítulo 2. Cidade, historicidade e fragmentação**

**Figura 2** Fotografia de jovens a circular entre os pisos do Mercado do Bolhão (Entrada R. Sá da Bandeira)



Fonte: Rui Saraiva, 2017. *Bolhão Hoje*, Flickr<sup>6</sup>

### **2.1. Planeamento, planos e atores da cidade reabilitada**

Se no capítulo anterior demos destaque à forma inconstante das interpretações sobre a cidade, neste capítulo, problematizaremos as temáticas da reabilitação e renovação urbana. Igualmente revelam-se aqui as formas de governação, relacionadas com a compreensão dos processos de reabilitação e renovação, no caso da cidade do Porto, nomeadamente segundo marcos temporais estabelecidos, sendo que estes permitem atribuir ênfase ao voltar do *milénio*.

Concomitantemente, destacamos a forma como a informação é analisada e a sua complexidade sobre vários estudos e temáticas abordadas, de certo modo, todo o suporte teórico aqui apresentado, reflete a complexidade da análise do tema como já temos vindo a afirmar desde o início deste trabalho de investigação. Perante tal, uma compreensão teórica da reabilitação, requalificação, renovação e integração no tecido urbano, tem em si diferenças distintas quando analisadas e comparadas mutuamente. Sobre aspetos mais

---

<sup>6</sup> Disponível em: [https://www.flickr.com/photos/r\\_saraiva/](https://www.flickr.com/photos/r_saraiva/)



simplistas, estes conceitos aparecem como sinónimos, porém quando analisados especificamente e individualmente, demonstram características próprias. Assim sobre os mesmos conceitos, a contextualização teórica leva-nos a olhar para a forma como Broudehoux (1994) os expõem, nomeadamente no caso europeu, sendo de mencionar que o primeiro ponto que a autora afirma, associa-se ao facto de não ser perceptível a forma como são usados estes conceitos, aliás, tais formas de os identificar assumem a mesma posição que Wirth (1987) nos afirmava, com o facto de diferentes áreas de conhecimento definirem o conceito de cidade de acordo com a forma como analisavam. Estes conceitos possuem assim múltiplas interpretações, levando a certo ponto à possibilidade de interpretação destes como sinónimos, contudo assumem um ponto central no processo de transformação da cidade, vejamos:

“Não é fácil encontrar uma definição satisfatória de renovação urbana que incorpore a complexidade das questões envolvidas no processo. (...) Discordâncias teóricas e ideológicas sobre a mudança urbana são pensadas para vir, em parte, do fato de que os termos usados por diferentes estudiosos refletem diferentes percepções do fenómeno e seus significantes (...) Nesta discussão, o termo renovação urbana é usado para se referir ao processo geral de transformação do ambiente urbano” (Broudehoux, 1994: 4, *tradução própria*).

Como podemos ver, os conceitos para explicarmos este fenómeno não são concisos e nesse sentido, podemos interpretar uma questão subjacente: Será que estas mesmas definições são igualmente concisas entre o que a Câmara Municipal do Porto apresenta para as suas propostas e os eixos teóricos da autora? Torna-se essencial explorar um pouco mais a problemática teórica de Broudehoux (1994) sobre estas concepções, uma vez que devemos perceber que o propósito da reabilitação urbana e da renovação urbana, segundo a autora, é o de mudar e de revitalizar um conjunto de áreas que carecem de algo, ou até mesmo se encontram com deficiências sociais nas mesmas, através de um ajuste dos planos criados uma vez que estes devem interpretar as áreas a que são aplicados (Miller, 1959, Cit. Por Broudehoux, 1994). Ainda sobre esta questão, ao olharmos para os planos da CMP, podemos ter os primeiros esboços destas linhas teóricas aplicadas nos contextos sócio espaciais do Porto, e antes mesmo de avançar com uma análise das identidades e planos que transformaram a cidade, devemos estar atentos à forma como é exposta pela autora a situação europeia da renovação urbana.

Broudehoux (1994) fala-nos sobre a necessidade de perceber a reabilitação e a renovação na Europa, olhando para os Estados Unidos da América como o primeiro esboço dessa mesma necessidade. Uma das diferenças apontadas, foi o facto de muitas

das vezes essa renovação urbana ter sido feita sem programas de ajuda nacionais, na qual aponta ainda que o primeiro exemplo da intervenção do estado foi na Grã-Bretanha: “O primeiro exemplo do envolvimento do estado na renovação urbana foi na Grã-Bretanha, em meados do século XIX para combater as condições insalubres nos bairros da classe trabalhadora por meio do desmatamento das construções precárias. (Couch, 1990 Cit. por Broudehoux, 1994, *tradução própria*). Tal exemplo demonstra uma das primeiras preocupações do Estado em renovar a cidade, como também em combater problemas sociais, nomeadamente de habitação precária junto dos habitantes e dos espaços em questão.

Apesar deste primeiro exemplo introdutório, caminhamos a passos largos para a compreensão dos objetivos e dos conceitos que apresentamos anteriormente, sendo que é possível afirmar que a renovação urbana ramifica-se em determinados subpontos como o *Redevelopment* [(re)desenvolvimento], interpretado como uma renovação do existente, ou até mesmo o uso do próprio lugar para a implementação de novos projetos (Miller, 1959 Cit. por Broudehoux, 1994). Todavia podemos apontar desde logo uma conotação negativa do mesmo, na medida em que colocamos em jogo a perda da identidade do lugar. A alteração dos serviços de raiz de um lugar ou de parte de uma cidade, coloca um ponto de risco sobre um aspeto de logística, nomeadamente as condições que podem ser encontradas. Logo, se encontramos edifícios devolutos, poderá surgir a necessidade de demolições e reconstrução da(s) área(s), isto implica com frequência a deslocação dos habitantes para outros locais da cidade, um exemplo próximo foi o caso da Ribeira/Barredo na cidade do Porto<sup>7</sup>. Um outro subponto da renovação urbana mencionado pela autora é o conceito de *Rehabilitation* [reabilitação], fortemente associado à preservação dos lugares e espaços, na qual se pretende manter a morfologia sócio espacial dos mesmos (Broudehoux, 1994), pressupondo uma oposição ao subponto anterior – o de [(re)desenvolvimento] onde os lugares são percecionados como pontos

---

<sup>7</sup>Caso onde muitos dos moradores tiveram que se deslocar para fora da sua área residencial, o que implicou a colocação dos mesmos em pontos diversos da cidade, este acontecimento veio colocar em causa a questão da identidade local desta mesma área, dado que muitos dos seus habitantes perdem memórias coletivas sobre o local ou estas se desvanecem. Esta investigação feita sobre os impactos que as questões de intervenção urbana tornou-se importante neste contexto de teorização, principalmente no que concerne questões habitacionais e a forma como foram preconizadas, no caso do Porto, bem como as questões históricas sobre o Centro Histórico [Porto] tendo sido realizada por João Queirós, (2014) intitulada “*No centro, à margem Estudo sociológico das intervenções habitacionais do Estado no centro do Porto e das suas Consequências sociais.*”

chave, podendo ser interpretados tanto por um aspeto físico, como por um aspeto social, uma vez que são compreendidas as necessidades dos lugares, mas mantém-se a forma como estes se configuram na cidade, “Reconhece o valor dos bairros antigos e, ao preservar o que é único, antigo e especificamente local, também pode contribuir para o desenvolvimento da indústria do turismo e estimular a economia.” (Broudehoux, 1994: 13, *tradução própria*). Por fim, a autora apresenta um terceiro subponto a esta temática, tal é assim entendido como tendo uma posição intermédia em relação aos outros subpontos, com isto emerge o conceito de *Integration* [integração], juntando assim a reabilitação e o (re)desenvolvimento, de forma a potencializar ambos nos espaços, reabilitando assim o que é possível como, ao mesmo tempo, construindo a possibilidade de criação de novas potencialidades locais que a anterior não conseguia: “a terceira abordagem para a regeneração [...] refere-se como integração [...] vê a reabilitação e desenvolvimento como forças complementares e combina os melhores aspetos de ambas as abordagens.” (Yu Qingkang, 1988 Cit. por Broudehoux, 1994: 14, *tradução própria*).

Com esta base teórica, poderíamos projetar a questão de como os organismos responsáveis pelo Mercado do Bolhão realmente percecionam a necessidade de intervir no mercado, contudo esta será abordada em capítulos seguintes quando focalizarmos no objeto de estudo proposto. Apesar dos termos apresentados serem percecionados como similares ou até mesmo como opositores entre ambos, estes possuem uma forte ligação como o território nomeadamente com a sua dimensão sócio espacial e com a forma de como os diferentes elementos das cidades tem influência entre si. Tal influência que lhe subjaz, obriga os governos centrais, locais e regionais, que apesar de descentralizarem as suas competências urbanísticas, como afirmado por Guerra (2000) no capítulo anterior, levam à criação de planos de gestão territoriais interdependentes e da diligência das competências urbanísticas atribuídas.

Neste sentido, o crescimento das cidades é talvez o facto que mais contribui para a dificuldade do planeamento estratégico urbano, bem como para o tecer, cada vez mais complexo, das relações entre os atores sociais e o seu *palco* [cidade]. Guerra (2000) afirma que os maiores desafios conceptuais desde os anos 80 foram aqueles ligados aos instrumentos de planificação e de gestão territorial, nomeadamente, a sua capacidade de dar resposta às mudanças do contexto exterior, bem como as razões que limitavam os instrumentos de planeamento tradicionais, como pretendiam desenvolver competências,

a diversos níveis de tempo, e por fim, como garantiam um desenvolvimento sustentável das áreas em mudança. Estes desafios teóricos, revelam-se como desafios operacionais aos quais se necessita de oferecer uma resposta coerente, para o planeamento estratégico, tais são as incertezas criadas pelos dinamismos do exterior, atendendo que existe uma crescente complexidade dos processos urbanos e a diversidade dos agentes e interesses, naquilo que é a intervenção no desenvolvimento urbano (Guerra, 2000). A autora aponta como tais pressupostos, o planeamento estratégico das cidades e a complexidade dos jogos de interação entre as variáveis de desenvolvimento que promulgam um estado “animador”, em detrimento de um estado “gestor”, nesse mesmo sentido a cidade é preconizada como um sistema funcional, uma espécie de ecossistema funcionalmente integrado, sobre o qual cada serviço tem influência sobre o outro, “[...] pode entender-se como um ecossistema complexo de elementos ou partes conectadas, onde as atividades humanas estão entrelaçadas por comunicações que interatuam enquanto o sistema evolue dinamicamente” (Güell, 1997, Cit. Guerra, 2000).

Neste sentido, a diferença que a autora aponta entre o planeamento estratégico e o planeamento tradicional remonta-se como sendo direcionada para o discurso da ação pública, sobre qual pretende satisfazer critérios crescentes de autoridade, exercendo uma ação sobre as formas (Guerra, 2000). O que igualmente se afigura com a relação entre os atores participativos, sendo necessário compreender a forma do crescimento e a morfologia territorial, com a relação com os atores que afetam esse mesmo território, por outras palavras, a forma como estes planos e estratégias são aplicados devem ter em conta por um lado, a dimensão de onde se pretende atuar, bem como, quem vive nesse mesmo espaço social que tem forte influências, tanto por uma questão identitária que aferimos anteriormente, como sendo elementos chave para a verdadeira compreensão social. Sobre tal, podemos perceber que o planeamento estratégico tende a olhar não só para o território, como também para os locais onde estão sediados os instrumentos de intervenção, como há pouco falávamos da descentralização do poder urbano, e como da forma é que estes mesmos podem demonstrar as realidades vividas nesses espaços.

## **2.2. Um zoom sociológico à historicidade dos planos da cidade do Porto**

Sobre uma compreensão sociológica do tecido sociodemográfico e morfológico da cidade, torna-se nesta fase necessário compreender as dificuldades morfológicas e estruturais que o Porto nos últimos anos sofreu, ao sabor das diretrizes políticas e privadas para os efeitos de “remodelação” da cidade. Neste sentido, a preconização de uma situação espaciotemporal baliza a vontade de estabelecer uma linha de acontecimentos que decorreram em termos de ajuste na cidade, numa primeira fase, no chamado Centro Histórico<sup>8</sup> da cidade. De facto foram elevados os números de projetos e execuções feitas e de certo modo, todas elas modificaram a mancha urbana, mas dessas mutações, podemos destacar que em 1977, foram testemunhadas as primeiras conclusões de edifício reabilitado pelos moradores da zona Ribeira/Barredo, promovidas pelo CRUARB, sobre o qual devemos ter em conta a Revolução de 1974, em que se fazia sentir ainda o peso de um regime ditatorial, mas inclusive um regime democrático ainda muito *jovem*, sobre o qual, à data desta primeira inauguração, já se sentia uma mudança sociodemográfica e económica neste mesmo local. Apesar destas mudanças, o contexto organizacional que o CRUARB surge e a forma como se deparou com os lugares e o regime político vigente em Portugal, foram de facto dificuldades que este mesmo teve, não obstante os estudos de Fernando Távora, foram marcantes para a perceção do que se iria encontrar e em que contexto é que verdadeiramente a atuação decorreria, num quadro político, social e institucional, (Queirós, 2014). Desde o início das suas funções em 1975, o CRUARB expunha as suas vontades aos órgãos governamentais, aos quais apelava em particular às barreiras que as execuções dos seus trabalhos se debatiam.

Desta feita, para perceber em que medida o CRUARB pretendeu atuar e de que forma é que o fez, devemos ter em mente que podemos analisar essas intervenções em dois espaços temporais distintos, como tal localizamo-nos neste momento entre 1974-1985. Como afirmado, o que era pretendido passava então por: fortalecer a componente

---

<sup>8</sup>É de refletir a necessidade de estabelecer este primeiro marco temporal para se conseguir perceber as intervenções que foram feitas, até aos dias correntes. Ressalvamos que outras intervenções foram feitas em anos anteriores, mas que, por um caráter de simplicidade teórica, iremos descartar acontecimentos que ocorreram antes da operação Ribeira/Barredo, bem como acontecimentos posteriores ao mesmo. Tal escolha deriva do facto da operação Ribeira/Barredo analisar as questões habitacionais e de deslocação da população, algo que não se insere na nossa temática de análise, e ainda a data da efetuação e efetivação destas mesmas linhas de intervenção, sendo referentes ao período político de ditadura, sendo que o nosso foco se centra em atuações à data de 1991, 2001 e 2011.

social; dinamizar os processos de recuperação e renovação habitacional; reforçar a rede de equipamentos coletivos; renovar e recuperar as redes infraestruturas e arruamentos; disciplinar e melhorar o trânsito e a circulação de peões; aumentar e melhorar os espaços de lazer e animação; incrementar o turismo e a ação cultural; e por fim, diversificar e melhorar o comércio e serviços<sup>9</sup>. Como é possível compreender estes pontos remontam igualmente a algumas dificuldades que anteriormente referíamos que o CRUARB encontrou desde o seu início, mas que, contudo, promulgava para a sua execução.

Com o desbloqueio dos orçamentos governamentais, para a execução do quinquénio de 1976 a 1980, o CRUARB tinha então projetos planeados já em 1976, e no ano seguinte os primeiros trabalhos deram lugar para o aparecimento de habitações reabilitadas, bem como espaços para comércio dentro da área intervencionada (Queirós, 2014: 143), ora tomando em conta o que se sucedeu, podemos assim aferir que este mesmo espaço pode ser interpretado à luz do conceito de Broudehoux (1994), como tendo sofrido uma *Integration* [integração], não só apenas pelo facto de a habitação ter sido reabilitada como igualmente pelo surgimento de novas características morfológicas no local, nomeadamente o facto de se encontrarem espaços para comércio, o que permitiu dinamizar esta mesma zona. Em termos comparativos com o nosso objeto de estudo [Mercado do Bolhão] podemos interpretar a forma como este mesmo surge, sendo que aqui subjaz uma interpretação de acontecimentos antecessores, dado que neste sentido fazemos uma advertência para a questão das alterações que se sentiram em termos morfológicos<sup>10</sup>, porém, tal aspeto encontra-se associado com a intervenção no Mercado, uma vez que é possível entender a necessidade por um lado física desta intervenção, como ao mesmo tempo é compreensível a extensão do conceito de Broudehoux (1994), aplicado ao nosso objeto de estudo, que ao mesmo tempo é comungando com a dificuldade operativa que se viveu durante a investigação.

Sobre tais dados também foram redigidos, *inquéritos de satisfação*, realizados com o objetivo de expor as opiniões sobre os acontecimentos sucedidos, tanto pela requalificação do lugar bem como pelas questões de transição para outras zonas da cidade como Queirós (2014) apresenta. Apesar de terem sido obtidos resultados alentadores com

---

<sup>9</sup>Informação retirada do Arquivo Municipal, CRUARB. 1974-2003, disponível em <http://gisaweb.cm-porto.pt/creators/22941/>

<sup>10</sup>Apesar destes contributos estarem associados à questão da habitação, encontramos similitudes no que concerne a nossa análise, ao nível da intervenção no Mercado do Bolhão.

os *inquéritos de satisfação*, podemos arriscar que nem sempre a reabilitação demonstra apenas aspetos positivos, devemos igualmente apontar os aspetos mais contraproducentes que estão a ela associados. Merece a nossa atenção o facto de muitos dos habitantes terem dúvidas com o avançar das obras, o que levou a que as relações com o CRUARB, ficassem abaladas pelo certo apaziguamento com que o ritmo da reabilitação avançava. Por um lado, a questão financeira apresentasse com uma causa como também mudanças internas no próprio Comissariado entre 1979 e 1983. Muitos dos moradores do centro histórico sentiram em parte afetados e alertados por esta mesmas mudanças, devido ao facto da reabilitações não corresponderem ao que esta a ser operacionalizado, a emergência da ideia de sair para um bairro camarário e não voltar para o “Barredo renovado”, bem com a inexistência de instalações próprias na área de intervenção (Queirós, 2014) uma exemplo disso mesmo e assim o facto de o autor apontar que uma assistente social que acompanhou o projeto [durante a operação da Ribeira/ Barredo] ter dito:

“[A]s pessoas foram [para os bairros] na esperança de regressar ao Barredo... Depois há aquele que nunca saíram, porque já eram as velhas famílias do Barredo, que preferiam ter a casa que tinham, tinham os negócios lá, e etcetera, a terem de arriscar e de mudar depois... E isto provocou uma certa divisão entre eles, porque mesmo o pequeno proprietário que estava lá, que tinha o seu [negócio ou a sua casa no Barredo], era contra a expropriação” (Cit por Queirós, 2014: 144-145)<sup>11</sup>.

Esta transcrição demonstra assim um clima de incerteza que acompanhou toda esta operação e que venceu profundamente parte desta zona no Centro Histórico, ao mesmo tempo que demonstra a preocupação com as representações do imaginário vivido junto dos residentes que por ali se mantinham, como os que foram retirados. Apesar de esta área ter sido fortemente intervencionada, podemos ver que um outro conjunto de áreas vizinhas, igualmente foram idealizadas como alvo de intervenção. Tal idealização advém igualmente da grande extensão da área projetada como alvo desta reabilitação, o que por si gerou problemas financeiros e de gestão de fundos. Para esta dimensão espacial foi necessária uma diversificação do tipo de investimento que era necessário, áreas como S. Nicolau, Sé, Miragaia e Vitoria, foram como locais de se repensar o contexto financeiro e estratégico para a sua reabilitação, ao mesmo tempo que decorriam operações ainda na Ribeira/ Barredo (Queirós, 2014: 186), tal permitiu a seu momento que a Câmara Municipal do Porto dê-se impulso à transformação do tecido urbano, económico e social, demonstrando assim vantagens competitivas destes mesmos locais, pela

---

<sup>11</sup>O autor expõe assim as palavras de uma assistente social que acompanhou a Operação Ribeira/ Barredo na qual desempenhou as suas funções na segunda metade da década de 1960 e na década de 1970.



patrimonialização da área, com a conectividade da frente rio, sobre uma questão cultural e turística, de uma zona de “gueto social” a uma zona “de luxo”, (Queirós, 2014) ainda esta mesma característica demonstrada pela candidatura a Património Cultural da Humanidade da UNESCO<sup>12</sup>.

Sobre esta informação geográfica, tomamos em conta da extensão do Centro Histórico e subjaz a esta candidatura à UNESCO um conjunto de medidas projetadas para o tecido histórico da cidade. Tais surgem como impulso renovador na transição da década de 80 para 90, com o “Plano de Médio Prazo” proposto pelo CRUARB nos meados de 1990 por Gomes Fernandes e em intermédio de Fernando Gomes, demonstrava um carácter voltado para a componente social e de dinamização habitacional<sup>13</sup>, o que igualmente refletia uma forma de criar orçamentos para as atividades a serem realizadas pelo Comissariado, bem como para a instância camarária, a par disto observa-se igualmente uma vontade de desenvolvimento turístico e atrativo ao local, pela qualificação comercial e a sua promoção turística.

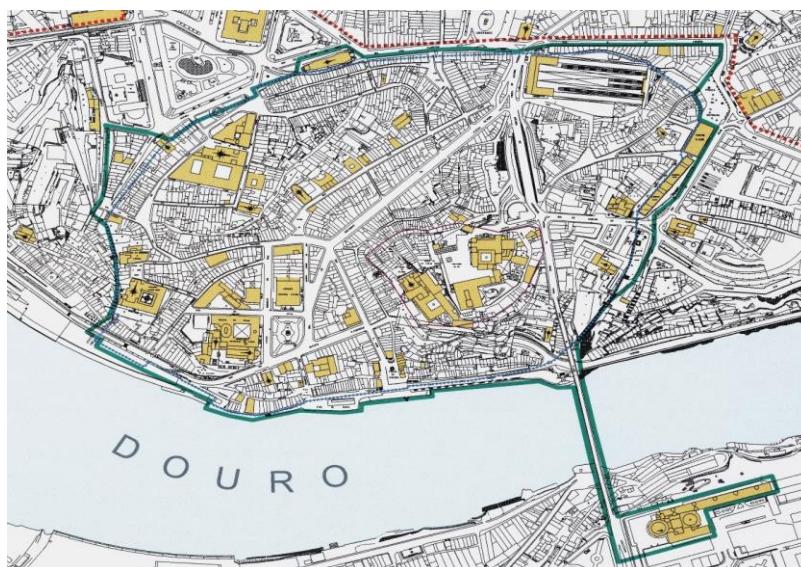
---

<sup>12</sup>Esta mesma candidatura levou à germinação de problemas pela especulação de algumas áreas, apontadas pelos residentes de S. Nicolau, bem como pelo pároco Joaquim Moreira, como pelas questões da habitação do Complexo da Lada, no qual algumas habitação estavam a preços de mercado, críticas apontadas no início de 1990, na qual esta mesma habitação estava a vários meses sem comprador, o que levou a uma ocupação das mesmas de forma ilegal, bem como de degradação dos espaços e inclusive uma alteração de serviços de raiz habitacional para uma secundarização dos serviços. Com a inscrição por parte da Câmara Municipal do Porto a Património Cultural da Humanidade, houve por si a necessidade de reavaliar o tecido urbano da cidade para tal candidatura. Mesmo antes da divulgação do resultado a CMP apresenta através do Comissariado um conjunto de medidas para os anos 1996/1997 sobre a zona da Ribeira. Tais medidas (15) promulgavam um ênfase que circula entre a recuperação do edificado em várias frentes de trabalho, exemplo da Rua de Cima do Murro, a construção de espaços de ateliers artísticos e de produção cultural, a recuperação de ruas e praças (Praça Taurina), a instalação de um centro comercial no Barredo, serviços de erradicação de “arrumadores”, bem como muitos outros. (Queirós, 2014: 201-202).

<sup>13</sup>Este plano de médio prazo, apresentava medidas como: fortalecimento da componente social; dinamização dos processos de recuperação e renovação habitacional, um reforço da rede de equipamentos coletivos [carecia do centro histórico], renovação e recuperação das redes de infraestruturas e arruamentos, melhoria da circulação rodoviária e de peões, um aumento de espaços de lazer e animação como a sua melhoria; um incremento do turismo e ação cultural e por fim a diversificação do comércio e melhoria dos serviços (Queirós, 2014: 182-183).



**Figura 3 Centro Histórico do Porto- área classificada Património Mundial (verde), Área de proteção, Vista Parcial (Vermelho), e Muralha do século XIV (azul)**



Fonte: Porto Património Mundial (2018).

Se atrás falamos que podíamos analisar as medidas do CRUARB(CH) [Projeto Municipal de Renovação Urbana do Centro Histórico do Porto- CRUARB/CH] a dois tempos, neste sentido apresentamos assim as ideias principais que se desenvolveram entre 1985 e 2003. Tais medidas, refletem uma vontade de: elaborar projetos de reabilitação de espaços comuns e de recuperação de edifícios; promover e acompanhar as respetivas obras; propor ao município, nos casos em que tal se impunha, o realojamento temporário dos ocupantes dos fogos a recuperar, e promover o seu realojamento definitivo quanto for caso disso; informar e apoiar os proprietários e moradores para dinamizar a sua participação na realização das obras nos edifícios e na obtenção de apoios financeiros; dar parecer sobre a utilização dos edifícios e espaços recuperados; dar parecer sobre o licenciamento de obras na sua área de intervenção e submeter anualmente à aprovação da autarquia o orçamento e a programação trienal, bem como o relatório de atividades<sup>14</sup>.

Com isto, vemos as diretrizes mais sociais e uma vontade de integração da população nas operações realizadas, bem como um regimento mais restrito e detalhado, onde se torna assim possível ver os impactos que as múltiplas operações que decorreram

<sup>14</sup>Informação retirada do Arquivo Municipal, CRUARB. 1974-2003, disponível em <http://gisaweb.cm-porto.pt/creators/22941>

durante todos estes anos, possibilitam uma exposição clara das atividades que iram decorrer. Uma outra característica encontrada é o facto de se denotar a vontade de dar novas utilidades aos edifícios do CHP, como referido pela questão cultural e turística<sup>15</sup> de toda a área envolvente, como podemos ver na Figura 3.

Em 1990, ainda dentro do espaço temporal das medidas do CRUARB/CH anteriormente descritas, deparamos que a Câmara cria o FDZHP [Fundação para o Desenvolvimento da Zona Histórica do Porto] numa articulação com a Segurança Social e vários parceiros locais, para gerir o plano do *Projeto de Luta Contra a Pobreza* lançado no Centro Histórico, a esta medida subjaz a necessidade da valência do fortalecimento social que se apontava para esta mesma área (Queirós, 2014) como também antevia um conjunto de preocupações que se ligavam com a candidatura a Património Mundial da Humanidade. Perante tal e segundo Queirós (2014), esta mesma operação que se estendeu até fins da década de 90 teve assim as suas necessidades de intervenção em matérias de reabilitação de edifícios, de trabalhos e arranjos de arruamentos e espaços públicos, bem como, a recuperação e valorização de monumentos situados nesta área, criação de equipamentos e espaços comerciais e a dinamização de ações imateriais sobre o espaço em especial que remonta ao património do lugar. Em 1997, as ruas Mouzinho da Silveira e Rua da Flores são apresentadas a uma candidatura ao Programa de Urbanismo Comercial [PROCOM], sendo projetada a recuperação do edifício e arranjo dos arruamentos, no sentido de dar vontade à prosperação do comércio tradicional, contudo no caso de Miragaia, esta contou com várias intervenções ao nível dos edifícios e do espaço público, estas mesmas ações foram assim levadas a cabo pelo CRUARB e pela FDZHP que trabalhavam nas mesmas áreas e que anos mais tarde iram dar origem a uma nova instituição. Nesse sentido em 1998, iniciam-se as obras em Miragaia, por consequência da *VIII Cimeira Ibero- Americana de Chefes de Estado* e do Governo, ao qual foi projetado um conjunto de alterações espaciais que se referiam a um arranjo da

---

<sup>15</sup> Destacamos as datas de delimitação desta segunda interpretação da análise dos Planos do CRUARB, como tendo em conta não só a intervenção no Barredo, mas também nos outros pontos de operacionalização como a Sé, Miragaia e Vitoria e S. Nicolau. Ainda sobre este facto estamos presentes num espaço temporal que equaciona a candidatura a Património Cultural da Humanidade em 1991, a sua aprovação a 5 de dezembro de 1996, bem como o facto de o presidente em 1985 [Paulo Valada] propor a preservação do Centro Histórico ao qual foi criado o gabinete CRUARB/CH, tendo por si orçamentos próprios com as receitas das transferências do Orçamentos Municipal e as comparticipações, subsídios e empréstimos do estado e entidades exteriores (CRUARB, 1974-2003, disponível em <http://gisaweb.cm-porto.pt/creators/22941/>)

antiga Alfândega, para um centro de congressos, bem como a recuperação das fachadas e dos arcos dos edifícios, apesar de esta mesma área se encontrar fora da mancha do Centro Histórico, esta mesma foi considerada como área protegida pela classificação da UNESCO a Património Mundial da Cultura, (Pinto e Santos, 2011: 228).

### **2.3. Um caminho para a atualidade dos planos e da morfologia da cidade**

Nesse caso, com o novo milénio, mudanças estruturais começam a desabrochar no contexto do tecido urbano e morfológico da cidade. Como vimos anteriormente, a exploração histórica dos planos urbanísticos do final do século XX, mostra-se de forma complexa<sup>16</sup> à qual os saltos históricos, propuseram uma forma de análise mais simples dos principais acontecimentos. Com o início dos anos 2000 e 2001, novas entidades começaram a aparecer, bem como outras vêm o seu fim cada vez mais próximo.

Perante tal, podemos apontar, em 2001, o aparecimento de um outro organismo de intervenção, Porto 2001, SA, com características próprias, no que concerne a sua linha de atuação que passava por preocupações culturais e urbanísticas, e que igualmente surge na altura especial do evento “Porto Capital Europeia da Cultura” (Pinto e Santos, 2011: 230). Podemos então afirmar que os seus objetivos passavam por diversos pontos estratégicos por toda a cidade, juntamente com equipas especializadas para cada uma delas<sup>17</sup>. Estas mesmas propostas fornecem a ideia de uma cidade cosmopolita e atraente, na qual se procuravam as potencialidades do Porto, como uma cidade mais moderna e mais verde, com espaços de lazer e de âmbito cultural. E neste âmbito, o Porto 2001, SA, procurava uma ligação entre a transformação urbana e cultural da cidade, desde espaços de comércio de luxo, e jardins, como também a arranjos nas fachadas dos edifícios, revelando uma vontade de acabar com o carácter negativo da cidade. Apesar da grande vontade deste organismo em juntar estes dois campos, podemos ver em Pinto e Santos (2011), que de facto não foi fácil e que criou um conjunto de fortes críticas a este programa de reabilitação física e cultural,

---

<sup>16</sup> Anexo 1- Cronograma Histórico das atividades e acontecimentos entre 1964 a 2008, no CHP

<sup>17</sup> Exemplo disso é a zona de intervenção da Batalha, com a proposta de Adalberto Dias, para o sentimento prático de gestão e intervenção na cidade (Pinto & Santos, 2011: 231), como também, na zona de intervenção do Bonjardim e Santa Catarina, com proposta de Alexandre Alves costa/ Sérgio Fernandes bem como José Gigante, Camilo Cortesão e entre outros, (Pinto & Santos, 2011: 232-236).

“Reabilitação do espaço público; desenvolvimento cultural da cidade; recuperação do património; revitalização do comércio; obras de requalificação; - concluímos que o Porto foi incapaz de cumprir, na globalidade, qualquer um dos pressupostos a que se dispôs (...) articulação entre projectos e áreas de intervenção fez com que a execução de, apenas, algumas obras e intervenções esporádicas e dispersas, não tivessem um verdadeiro impacto no todo da paisagem urbana” (Pinto e Santos, 2011: 238).

De certa forma, podemos afirmar que o que a Porto 2001, SA. projetava um plano ambicioso para a cidade, que por conseguinte, pretendia mudar de forma profunda e distinta a morfologia, bem como os espaços na cidade, pela conjugação de vários planos que pretendiam ser decorridos num curto espaço de tempo, para os quais a cidade do Porto ainda não estava preparada, logo, um conjunto de fatores negativos que tal intervenção trouxe à cidade, vem agudizar o seu estado urbanístico, pela criação de polos opostos no mesmo seio, nomeadamente polos de grande atração e polos desertificados, muito pela falta de intervenção dos lugares em benefício de outros (Pinto & Santos, 2011).

Ainda sobre uma linha espaciotemporal podemos assim ver que em 2003 deu-se a extinção do CRUARB e um ano mais tarde surge uma nova entidade que atuava no campo do urbanismo da cidade, com efeito, a Porto Vivo, SRU<sup>18</sup>. Esta mesma entidade, foi assim responsável por outro projeto urbanístico para o Porto, nomeadamente o Masterplan (2005), que projetava consigo meios para revitalizar a cidade e dar novos rumos ao planeamento urbano e estratégico<sup>19</sup>. Com isto podemos analisar a Síntese Executiva deste, ressaltando alguns pontos e ao mesmo tempo, contrapô-los com uma análise cartográfica dos dados do INE, isto é, dados provenientes da BGRI desde 1991 a 2011. A importância destes mesmos dados demonstrasse pela visualização das mutações ocorridas à data dos Censos, em especial os de 2001 para 2011, na qual uma das grandes alterações foi o aumento do edificado, como apresentado abaixo<sup>20</sup>.

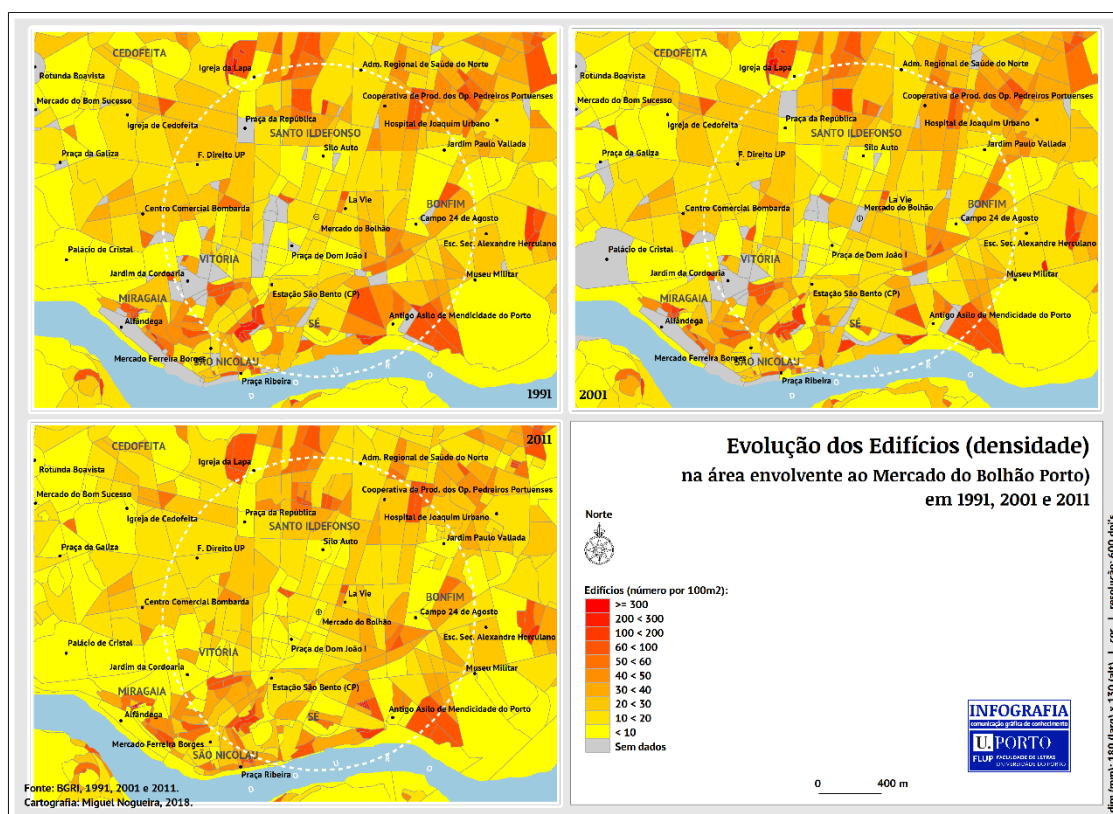
---

<sup>18</sup> “Tendo como acionistas o Estado, através do INH, detentor de 60% do capital e a Câmara Municipal do Porto de 40%” (Branco, 2006: 46).

<sup>19</sup> Durante o período decorrente entre 2001 e 2005, podemos apontar a existência de um Plano de Médio Prazo (2003/2005) promovido pela Câmara Municipal, com o objetivo de revalorizar a Baixa com uma intervenção integrada, redução dos desequilíbrios internos existentes que colocam em causa o Vale de Campanha e o CHP e por fim a valorização do património arquitetónico e dos espaços públicos, em particular das áreas históricas. Este mesmo programa de revitalização da Baixa da assim a entender que pretende atuar de forma a aumentar a atratividade da Baixa, nomeadamente ao nível residencial (algo que também é encontrado na Masterplan 2005), bem como investimentos privados para a criação de um mercado privado de habitação. (Porto Vivo, SRU, 2011).

<sup>20</sup> Resolução total Anexo 2- Evolução dos Edificados na área envolvente ao Mercado do Bolhão em 1991, 2001 e 2011

Figura 4 Evolução dos Edifícios na área envolvente ao Mercado do Bolhão desde 1991 a 2011



Fonte: BGRI, 1991; 2001; 2011. INE

Para que possamos explicar este aumento relativo em algumas posições geográficas da densidade do edificado (nomeadamente na baixa da cidade)<sup>21</sup> e por consequência uma diminuição da densidade que é possível de ser observada, podemos interpretar algumas medidas que o Masterplan (2005) propôs para revitalização da Baixa, é igualmente de afirmar que partimos assim cada vez mais perto para o nosso objeto de estudo, na medida em que pretendemos analisar como é compreendida a evolução do edificado em redor do mercado, tanto como na Baixa portuense. Assim as ações estratégicas que este propunha, passam por seis pontos de atuação, tais exemplificam-se como: Re-habitação da Baixa do Porto; Desenvolvimento e Promoção do Negócio na Baixa do Porto; Revitalização do Comércio; Dinamização do Turismo, Cultura e Lazer; Qualificação do Domínio Público; Ações Estratégicas (Masterplan Síntese Executiva,

<sup>21</sup> É igualmente necessário referir que podemos ver em algumas posições geográficas uma diminuição da densidade do edificado, nomeadamente, em zonas como, ao Hospital Joaquim Urbano, Igreja da Lapa e ADM. Regional de Saúde do Norte.



2005: 8). Iremos dar mais atenção aos eixos Re-habitação da Baixa do Porto e Revitalização do Comércio (Masterplan Síntese Executiva, 2005) ao qual podemos atribuir um sentimento de *culpa* para tal alteração dos dados. Com isto, a vontade de reabitar a Baixa prende-se com “uma nova política de habitação, criando condições preferenciais no apoio aos proprietários e aos moradores, de modo a promover a instalação no centro da cidade” (Branco, 2006: 47), tal também demonstra uma necessidade de atrair públicos jovens para o centro, com o intuito de dar um novo ar à Baixa, porém, surge a questão de como é projetada essa mesma iniciativa. Em resposta à questão, a Porto Vivo, SRU apresentou na síntese executiva do plano agora estudado, que para essa fixação era necessário ter em mente alguns pontos, por um lado, atrair quem quisesse vir para a Baixa, bem como quem já estava fixado. Exemplo desses mesmos pontos é a necessidade de equipamentos tanto públicos como privados, tal como aferido: Serviços e equipamentos para a primeira infância, espaços públicos de qualidade, estruturas verdes e de lazer, comércio de proximidade diversificado, variedade de escolha e alternativas de lazer, diversão e socialização, entre outros (Masterplan Síntese Executiva, 2005: 10). Apesar de estarem fortemente ligados à habitação e à população residente na Baixa, estas mesmas ideias remetem para o facto de se ter que criar estes espaços como espaços complementares para a fixação dos indivíduos, especialmente os jovens licenciados, casais em início de vida familiar e população de meia idade, com apetências para se reinstalar no centro da cidade (Masterplan Síntese Executiva, 2005), algo que atesta a possível mutação [parcialmente crescente] dos edifícios visíveis em 2011, mas também, o facto de haver a vontade de alterar a tipologia do fogo para a tipologia arquitetónica do edificado, que segundo apresentado pelo Masterplan (2005), criava assim a “fragmentação ou divisão em edifícios de maior área, emparcelamento em edifícios de menor área (sempre que os edifícios contíguos o permitam e o programa à escala de intervenção o fundamente” (Masterplan Síntese Executiva, 2005: 9), neste sentido esta mesma medida, pode assim explicar a possível diminuição da densidade em vários pontos geográficos, passíveis de serem observados, criando assim uma diminuição da densidade dentro do mesmo espaço, mas que contudo é possível, ainda que em parte observa-se pequenos aumentos . Podemos igualmente ver que em torno do Mercado do Bolhão, nomeadamente os quarteirões mais próximos deste, a diminuição do edificado é igualmente visível, dado a sua proximidade a polos comerciais como a Rua de Santa

Catarina<sup>22</sup>. Outro ponto é o facto de novas zonas da cidade terem vindo a crescer, e que demonstram ser polos emergentes de serviços personalizados, e ainda de equipamentos de cultura e lazer, exemplo de tal é a zona da Boavista. De uma maneira geral, e seguidamente continuando a exploração - tomando como ponto central o mercado [Bolhão] -, olhando para o círculo tracejado<sup>23</sup>, vemos que de facto o seu interior foi o que teve maior mutação [negativa] em aspetos globais, apesar de observamos que algumas, tiveram crescimentos relativos a 2011, onde em 2001, não era assim possível registar dados, ou estes mesmo são assim inferiores à data dos últimos censos (2011) . O que nos leva assim a considerar a influencia do segundo ponto que propusemos analisar, que é a Revitalização do Comércio (Masterplan Síntese Executiva, 2005: 12). Segundo Branco (2006), “uma estratégia que se apoie na sua identidade, no que de único ele tem face às demais polaridades comerciais existentes, aumentado a sua competitividade e sustentabilidade” (Branco, 2006: 47). Nesse sentido, pode-se perceber que há uma vontade de manter os aspetos tradicionais, mas simultaneamente, uma necessidade de criação de novos negócios - tanto públicos como privados- o que pode gerar um impacto, como a medida analisada anteriormente, pela criação dos mesmos espaços complementares, que é por si um fator de atratividade e consequentemente de fixação, como igualmente dá a conhecer uma cidade que se quer projetar para fora dos seus limites geográficos, exemplo de tal pode ser encontrado na síntese executiva de 2005, nomeadamente no ponto referente à Revitalização do comércio, de onde se pode ler,

“Concluindo, um dos pontos fundamentais do projecto de reabilitação do Porto, e em especial da sua Zona Central e Histórica, passa por uma aposta no comércio, potenciando: O impacto ao nível da habitabilidade e de vitalidade no centro urbano; O papel dinamizador da actividade económica que, no comércio, está em declínio; A revitalização da circulação no centro, estimulando o comércio e o turismo; A projecção da imagem da cidade, nacional e internacionalmente” (Masterplan Síntese Executiva, 2005: 13).

Estes mesmos pontos de intervenção têm influência em diferentes espaços no tecido urbano, sendo um deles o Mercado do Bolhão, com o seu aspeto de comércio tradicional de frescos e sobre o qual, projetava-se um conjunto de ideias para tal espaço como sendo,

“Âncora de um novo conceito de comércio, com animação diurna e nocturna, com a valência de mercado que deve preservar, depurada de segmentos menos prestigiantes e complementada com

---

<sup>22</sup> Que nos dias de hoje é por ela mesma uma rua fortemente concentrada em serviços de comércio e de lazer bem como fortes acessibilidades ao centro do Porto, nomeadamente à Avenida dos Aliados.

<sup>23</sup> Com uma dimensão de raio do 1 quilometro.

praça de alimentação e outras funções capazes de dinamizar uma “movida” interessante para os portuenses e para os visitantes e turistas” (Masterplan Síntese Executiva, 2005: 20).

Com isto devemos compreender um reverso destas medidas, pois apesar de não terem sido todas analisadas, foi possível aferir - ainda que em modos laicos- a influência que este mesmo plano teve na morfologia da cidade. Por outro lado, podemos também perceber que estas medidas surgem como uma forma de travar algo que colocava o Porto numa situação de risco em relação à sua população residente. Em certa medida, vemos uma tendência, desde 1991, de decréscimo na população residente, em toda a sua zona geográfica, com é possível ver a seguir demonstrado<sup>24</sup>, com destaque para as zonas mais centrais, nomeadamente as freguesias do CHP e da zona da Baixa<sup>25</sup>. Em especial desde 1991 a 2001 em que as quebras da população residente foram fortemente sentidas, o que nos leva a crer que os planos e instituições como o Porto 2001, SA. não tiveram sucesso nas suas medidas, e durante a execução estratégica do Masterplan (2005) estas foram colocadas em destaque, no sentido de travar essas mesmas quebras, apesar de ser possível de observar uma diminuição. Contudo não podemos afirmar que tais conseguiram travar por completo um êxodo dos residentes destas zonas, mas pelo que os dados comprovam, vemos quebras menos significativas nas posições geográficas, logo, em parte, leva-nos a especular que tal pode ter influenciado o caso do Mercado do Bolhão, que tem vindo a ser esquecido pela sua função original tendo assumido um outro conjunto de formas [serviços], não representativas deste tipo de comércio.

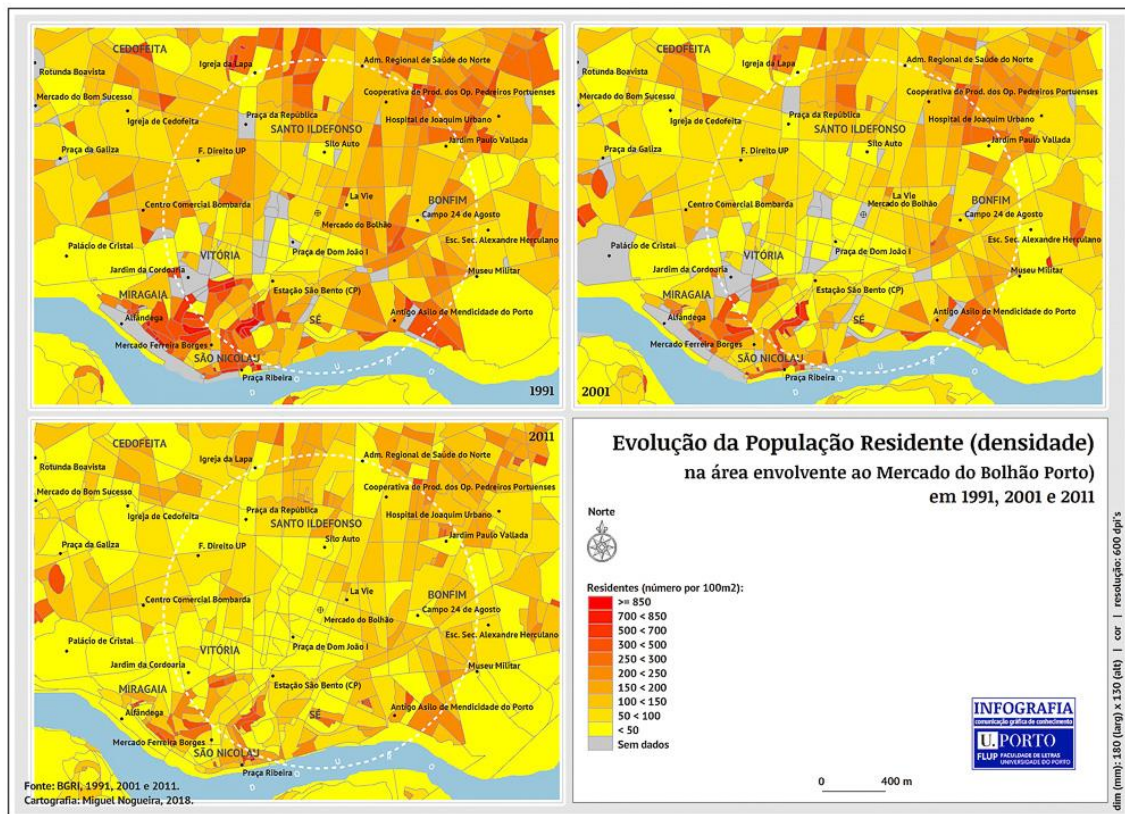
---

<sup>24</sup> Resolução total Anexo 3 - Evolução da População residente na área envolvente ao Mercado do Bolhão em 1991, 2001 e 2011.

<sup>25</sup> Algo que pode ser igualmente explicado se atendemos aos dados referentes ao Edificado apresentado anteriormente, que igualmente observamos, uma diminuição da densidade dos edifícios, e possivelmente poderá ser um fator explicativo em relação à diminuição da população residente.



**Figura 5** Evolução da População Residente na área envolvente ao Mercado do bolhão desde 1991 a 2011



Fonte: BGRI, 1991; 2001; 2011. INE

## **Capítulo 3. A questão simbólica e material dos mercados nas cidades do século XXI**

**Figura 6** Fotografia do interior do Mercado do Bolhão (entrada Rua Sá da Bandeira piso superior) e exterior do Mercado (Rua Fernandes Tomás)



Fonte: Rui Saraiva, 2018

### **3.1. Do mercado à compreensão utilitária no século XXI**

De facto, é de ressaltar que a morfologia da cidade mudou de forma considerável desde a última década do século passado para os dias que hoje decorrem [Capítulo 2]. Foi possível ver que muito do tecido urbano e social da cidade foi alterado, o que pode revelar muito mais do que apenas os dados possam afirmar e demonstrar, nomeadamente, a possível perda de tradições e costumes próprios dos espaços sociais, pode, pois, ser o maior fator de risco de perda sobre estas mesmas mutações. E sobre tal ponto começamos a idealizar o Mercado do Bolhão, como uma tradição da cidade. O *ir ao Bolhão* talvez não seja o mesmo que é hoje, a sua força não é a mesma, nem a sua imagem é aquela que sempre o caracterizou, o que nos leva a questionar qual a necessidade do comércio tradicional no século XXI e os impactos da sua reabilitação, como uma nova força motriz, ao mesmo tempo que esta prerrogativa se conjuga no presente e intrinsecamente à ideia apresentada, é necessário refletir sobre a diferença entre comércio tradicional e as novas formas de comércio.

Relativamente à temática e análise do comércio em contextos urbanos, implica em primeiro lugar, uma definição clara daquilo que é o comércio tradicional, algo que não é consensual e estanque em si mesmo, levantando problemas de ordem metodológica e concetual (Fernandes *et al.*, 2000). O conceito de comércio tradicional, hoje em dia, dado as evoluções dos mercados, das necessidades dos indivíduos e das cidades em constante evolução é ele próprio controverso e, associado a ele, o conceito de contexto urbano também é complexo. Ambos os conceitos, dada a inexistência de uma definição clara, levantam problemas no que concerne a sua operacionalização, deste modo, a respeito do comércio tradicional, a DGCI (1989-1995) nos finais dos anos oitenta designa esta atividade comercial – o comércio tradicional – como “estabelecimentos que se caracterizam pela não utilização do livre-serviço, que sejam dotados de atendimento personalizado e que privilegiem o comércio de proximidade, independente e não especializado” (Fernandes *et al.*, 2000: 7-8). Por sua vez, o conceito de contexto urbano aparece associado, desde 1995, aos concelhos que integram áreas metropolitanas como é o caso do Porto (Fernandes *et al.*, 2000: 8). As dificuldades encontradas pelos autores são equivalentes às dificuldades encontradas na elaboração deste trabalho de investigação, ou seja, a escassez de informação sobre estas ditas empresas/estabelecimentos que assumam a definição da DGCI<sup>26</sup>.

O próprio conceito de comércio tradicional implica uma dualidade/dicotomia entre tradicional e moderno, deste modo, podemos aferir alguns vetores ou eixos de mudança que proporcionam esta dicotomia, sendo eles a forma dos estabelecimentos, o modo de venda, o perfil dos comerciantes, padrão de localização e o significado dos espaços comerciais, entre outros. É de considerar que todos estes vetores são essenciais na compreensão do Mercado do Bolhão e nas alterações que este já sofreu e que sofrerá. Sobre tal e de forma a contornar um pouco essa mesma complexidade inerente ao conceito de comércio [tradicional e moderno], podemos olhar para o quadro síntese apresentado por Fernandes *et al.* (2000).

---

<sup>26</sup> Quanto ao conceito de contexto urbano, o mesmo pode ser delimitado, mas tal aspeto torna-se impertinente quando aplicado a uma análise que incide no comércio (Fernandes *et al.*, 2000: 8).

**Tabela 1 Tabela Síntese dos conceitos de comércio tradicional e comércio moderno e as questões estruturais<sup>27</sup>**

<b>Dimensões de análise</b>	<b>Tradicional</b>	<b>Moderno</b>
Formato dos estabelecimentos <sup>(a)</sup>	Pequenas lojas especializadas e generalistas <sup>(a)</sup> ; Mercados; Feiras; Grandes armazéns; Galerias comerciais.	Grandes superfícies alimentares (hipermercados, supermercados etc.); Grandes superfícies especializadas; Centros comerciais; <i>Megastores</i> ; Lojas de conveniência.
Formas de venda <sup>(a)</sup>	-Venda ao balcão <sup>(a)</sup> ; -Relação entre comerciante e consumidor <sup>(a)</sup> ; -Venda ambulante.	-Livre serviço; -Venda automática; -Venda à distância; -Lojas virtuais.
Tipos de comerciante <sup>(a)</sup>	-Pequenos retalhistas; -Comerciantes independentes <sup>(a)</sup> ; -Pequenas empresas <sup>(a)</sup> .	-Grandes cadeias de distribuição; -Sistema de franchising; -Redes sucursais; -Sociedades por quotas e anónimas.
Localização <sup>(a)</sup>	-Centro da cidade <sup>(a)</sup> ; -Artérias principais da cidade <sup>(a)</sup> ; -Bairros residenciais; -Proximidade (vizinhança); -Centralidade <sup>(a)</sup> ; -Conveniência (proximidade).	-Periferia; -Centro da cidade <sup>(a)</sup> ; -Grandes artérias urbanas <sup>(a)</sup> ; -Acessibilidade <sup>(a)</sup> ; -Facilidade de estacionamento; -Conveniência (horários flexíveis);
Significado das lojas <sup>(a)</sup>	-Espaços de trocas; -Lugares de compras/abastecimento; -Espaços mono-funcionais;	-Espaços “mercadoria”; -Lugares de experiência de consumo <sup>(a)</sup> ; -Espaços de “síntese”.
Estratégias de gestão das empresas <sup>(a)</sup>	-Predomínio da gestão familiar <sup>(a)</sup> ; -Estratégias de gestão passivas e recativas; -Ausência de estratégias de crescimento bem definidas.	-Gestão estratégica (capitalista); -Estratégias reativas e proactivas; -Procura de economias de escala; -Redução dos Custos; -Diversificação dos Formatos; -Diversificação da oferta <sup>(a)</sup> ; -Conquista de novos mercados.

Fonte: Tabela adaptada de Fernandes *et al.* “Características do Comércio Tradicional e Moderno”, (2000:11).

Através da apresentação deste quadro síntese, podemos desde logo retirar algumas ilações importantes, isto é, quanto ao Mercado do Bolhão conseguimos rever algumas categorias essenciais, de acordo com a tipologia do tradicional, nomeadamente o formato

<sup>27</sup> Olhando assim para a posição que o Mercado do Bolhão assume na cidade do Porto, podemos assim identificar algumas das suas características, segundo o quadro fornecido pela exposição teórica de Fernandes *et. al* (2000), assinalados com <sup>(a)</sup>.

do estabelecimento sendo diretamente referente à tipologia de mercado<sup>28</sup>, mas também na forma de venda – a relação entre comerciante e consumidor<sup>29</sup> – e também a localização do mesmo, dado que fica no coração da cidade do Porto, tanto no centro como numa das artérias principais da cidade [Fotografia 3]. Porém, dado o conhecimento e acesso, por parte da Câmara Municipal do Porto, aos projetos de reabilitação e renovação do Mercado, já o conseguimos inserir, ou nele destacar, aspetos de um tipo de comércio moderno como os autores mencionam, principalmente no que diz respeito à localização que se mantém e que lhe atribui caráter e simbologia, mas também na questão da acessibilidade e na facilidade de estacionamento. Ora, o que se verifica é uma mistura e simbiose entre a necessidade de manter este tipo de comércio tradicional de mercado, que já é característico da cidade, mas, simultaneamente, oferecer virtualidades que advém de um tipo de comércio que é acessível ou direcionado para um número elevado de indivíduos. Ainda no caso do comércio e estabelecimentos tradicionais, uma das suas características é o atendimento personalizado e as relações que se estabelecem entre cliente e comerciante, algo que nas formas de distribuição modernas não se verifica, muito pelo contrário, assistimos a um aumento da impessoalidade e de distanciamento entre comerciante e público. Todas as tipologias e novas formas de comércio fazem com que existam vários tipos de perfis, no que concerne os comerciantes que adotam estratégias distintas de comercialização dos seus produtos, vejamos,

“As primeiras (tradicionais) têm um comportamento passivo, isto é, não seguem estratégia alguma, ou quanto muito, desenvolvem estratégias meramente reactivas, procurando por essa via adaptar-se às mudanças do mercado, investindo na redecação das lojas, na introdução de um ou outro serviço (...); as segundas (modernas) tendem cada vez mais a desenvolver estratégias pró-ativas, isto é, apoiadas nos seus departamentos estratégicos (...) lançam no mercado inúmeras inovações (novos produtos, novos formatos de lojas, novos serviços, novas estratégias de gestão...), que lhes permitem ter uma relação completamente diferente com a mudança” (Fernandes *et. al*, 2000: 12).

Como foi mencionado no ponto anterior, a temática do comércio, sendo ele tradicional ou moderno (Fernandes, *et. al*, 2000) prende-se com o contexto urbano, isto é, com os territórios e todas as nuances e componentes que os caracterizam e, é por isso mesmo que consideramos pertinente o uso e análise da obra de Salgueiro (1994) dado que esta analisa justamente, as relações entre o comércio e a cidade, vendo-as como “(...) ricas e diversificadas” (Salgueiro, 1994: 177). Deste modo uma análise sobre o comércio é um

---

<sup>28</sup> Anexo 4 - Placar informativo a uma das bancas de venda de produtos fresco no mercado (entrada rua Sá da Bandeira, piso superior).

<sup>29</sup> Anexo 5 - Venda de peixe junto da banca, piso inferior do mercado



meio para compreender e analisar o desenvolvimento urbano, ou seja, como é que as cidades evoluíram e como se organizam de acordo com essa mesma evolução, sendo que aqui devemos mencionar que todas as transformações que têm caracterizado o Mercado do Bolhão, surgem como um modelo explicativo da evolução da cidade do Porto, desde os investimentos em equipamentos diversificados como no turismo, enquanto fator impulsionador de desenvolvimento urbano e económico, e até mesmo “(...) a diversidade social dos grupos que partilham o território e o grau de abertura da economia ao exterior” (Salgueiro, 1994:177). Se tivermos em linha de conta os centros ou núcleos populacionais metropolitanos da cidade do Porto e Lisboa, a Baixa sempre foi um eixo do comércio e de atividades de lazer, contudo com a fraca capacidade de acolhimento de novos espaços, requeriu uma expansão e a criação de uma elasticidade territorial, implicando uma passagem da atividade comercial dos centros para o norte (Salgueiro, 1994: 178), além destes aspetos, o que a autora menciona a respeito da cidade do Porto é que os polos de comércio encontravam-se no seio do centro histórico,

“Assiste-se primeiro a um processo de selecção que fixa as actividades mais performantes e expulsa outras, depois ao declínio deste centro devido à descentralização de muitas unidades e posteriormente a 1970, ao desenvolvimento de um novo centro terciário na Boavista (a Oeste) combinando actividades de serviços e comércio, seja implantado ao longo das ruas, seja agrupado em centros comerciais” (Salgueiro, 1994: 179).

Assim, através do passado podemos ver as questões de resistência e de mudança nas cidades e sociedades, bem como o modo de lidar com problemas que surjam ao longo do tempo, sendo possível destacar os contributos de Marrou (1992) no que concerne à distinção entre espaços fechados ao comércio e espaços abertos que se revelam basilares na compreensão e aproximação ao objeto de estudo. Ao mesmo tempo que é preconizado o seu pensamento, em particular a sua abordagem no que concerne estas mesmas temáticas - e que é assim revisto em Salgueiro (1994)- a partir desta tipologia, a autora define os moldes para um comércio disperso, um comércio de cruzamentos, das praças e alinhamento, entre outros (Salgueiro, 1994: 180), ainda a este nível pode ser feita uma separação entre comércio de centro e comércio de periferia, sendo que “No comércio central incluem-se os ramos que precisam de maior densidade de potenciais clientes (...) enquanto os não centrais tem maior expressão de compras refletidas ou clientela fiel” (Salgueiro, 1994: 180). O que podemos constatar é que o Mercado do Bolhão, apesar de se situar no centro da cidade possui características de um espaço não central, no sentido em que muitas das bancas que existem no Mercado, principalmente de produtos frescos,

possuem clientes fiéis e, além disso, as compras baseiam-se em atos refletidos de decisão em ir ao Mercado, em detrimento de grandes superfícies e da busca e compra de produtos específicos num local exato – ponto esse relacionado com a temática da clientela.

*Foi possível observar uma cliente no piso superior do mercado, que se dirigiu a um senhora que vendia legumes [Frescos], e que a interrogou se tinha passado alguma coisa para não ter vindo em dias anterior, chegando mesmo a comentar que tinha vindo de propósito ao mercado para comprar.- [Demonstração de cliente habitual num banca de frescos] (Registos de Campo, 10- 04- 2018: 15:00-16:00)*

Além de todas estas questões, o Porto é apresentado como um local em que cresceu o comércio não sedentário, querendo com isto fazer referência às feiras não especializadas de animação dos espaços públicos e, mais precisamente e relacionado com o nosso objeto de estudo, o crescimento dos circuitos de comércio tradicional e novos circuitos de venda (Salgueiro, 1994: 183).

### **3.2. Uma inevitável cartografia dos mercados e em particular do Mercado do Bolhão**

Subentende-se por tal, que a localização determina um conjunto de fatores que não são alienados a cada edifício, sendo relevante rever a sua projeção geográfica a vários níveis de análise. Devemos assim, para demonstrar a potencialidade da informação que pode ser mapeada e analisada sociologicamente, rever o exercício realizado em Fonte Arcada (Pinto *et. al.*, 2010), no sentido de compreender as dificuldades operativas e analíticas, como igualmente de recolha de dados desta investigação. Como tal, no que concerne às vantagens da cartografia temática: “Defende-se aí que as virtualidades do recurso à cartografia vão muito para além do seu óbvio potencial descritivo (...) quando o que está em causa é, essencialmente delimitar os grandes objetivos de conhecimento (...)” (Nogueira, 2010: 55). Desta forma, compreende-se que a missão primordial da cartografia é o apoio à representação real do local e do momento observado, como veremos mais adiante.

Por outro lado, esta mesma demonstra um conjunto de dificuldades na aproximação do terreno, tanto no caso de Fonte Arcada, como igualmente ao Bolhão, pois se por um lado revemos um entrave na aproximação no caso de Fonte Arcada, expressa pelas diferentes escalas utilizadas e de representação do mesmo local, surge a ideia de diferentes níveis de análise e de representação de informação (Nogueira, 2010), algo que

criou a necessidade de uma construção cartográfica de pormenor, o mais clara possível, olhando assim às particularidades do terreno (Nogueira, 2010: 57) , e como tal uma análise similar, a partir da mesma representação dos possíveis resultados que poderiam ser obtidos no mercado<sup>30</sup>.

A localização tem um efeito catalisador dos movimentos citadinos e representativos de uma determinada população, não só pela localização dos serviços em redor, como dos serviços presentes em cada mercado (estabelecimentos, lojas, entre outros), uma vez que sobre o caso particular do Porto, vemos uma projeção geoespacial dos mercados tanto de comércio tradicional como de comércio moderno, a dois níveis administrativos, de tal modo podemos relembrar que grande parte dos comércios modernos localizam-se fora do Centro Histórico do Porto, bem como da Baixa da cidade e dos seus eixos administrativos centrais<sup>31</sup>. Nesse mesmo sentido podemos partir de algumas características dos lugares e das determinantes sociogeográficas, bem como de ordem de ordenamento territorial e distribuição e organização de vias de acesso.

Referindo novamente o caso particular do Porto, é possível observar que grande parte deste tipo de comércio moderno (Fernandes *et al*, 2000), localiza-se principalmente junto das periferias da cidade, bem como de zonas emergentes dentro da cidade como o caso da Boavista, ainda uma possível razão para tal, prende-se com uma questão demográfica visível no mapa 1 (Capítulo 2) - nomeadamente no que concerne as mutações no aumento do edificado nesta mesma zona- uma outra razão prende-se com a população residente sobre a qual o mapa 2 (Capítulo 2) reflete um decréscimo da população residente em determinados pontos na cidade, porém não acentuados quando comparado a outras freguesias do centro do Porto<sup>32</sup>, nomeadamente entre 2001 e 2011. Este aspeto revela por

---

<sup>30</sup>Através das reuniões com o Serviço de Infografia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, foi-nos possível perceber que, apesar do mercado ser um espaço circunscrito, a potencialidade da representação [carto]gráfica assentava no apoio à compreensão dos dados recolhidos e observados.

<sup>31</sup>Tomemos assim exemplos práticos como por exemplo os centros comerciais NorteShopping, Alamedas Shop & Spot, Centro Comercial Brasília, Shopping Cidade do Porto, entre outros, que se localizam fora destes mesmo eixos administrativos, e em particular do Mercado do Bolhão

<sup>32</sup>Apesar de ser visível uma diminuição geral da população residente por toda a cidade, podemos ver que determinadas freguesias tiveram quebras abruptas na sua população residente quando comparadas com outras com quebras mais subtis. Casos como o da Sé apresentou um decréscimo da população residente nesta freguesia na ordem de (-27,2%), São Nicolau com menos (-35,1%), Vitória com menos (-30,1%), sendo esta as quebras mais abruptas quando equacionadas com Aldoar com decréscimos na ordem do (-8%), Cedofeita com menos (-10,9%), Nevogilde com menos (-4,5%) e Paranhos com menos (-9%). Um ponto a ter em atenção sobre estes valores é pois a dimensão total da população residente em cada freguesias, bem como a sua área, quer pois dizer com isto que a dimensão de cada freguesia tem fortes influências nestas quebras pois uma diminuição da população em freguesias mais pequenas apresenta como o caso da



seu intuito que a ocupação deste tipo de comércio é representativa de zonas com maior população, bem como o carácter das vias de acesso mais amplas e com maiores ligações<sup>33</sup>. Um fator igualmente importante apontado no quadro dos tipos de comércio que Fernandes *et. al* (2000) equaciona prende-se com o facto de o comércio moderno apresentar características específicas em relação ao formato dos estabelecimentos - grandes superfícies -, algo que não acontece junto do Bolhão sendo apenas lojas pequenas e serviços variados. Em termos de centros comerciais, constatamos apenas a existência do centro comercial Via Catarina e La Vie que se encontram numa rua fortemente comercial e de aceso pedonal, apenas servida por pequenas vias de acesso rodoviário e de transportes públicos; presentes no centro da cidade- como características específicas à localização, tais como a presença em zonas de periferia; grandes artérias urbanas; centro da cidade- atestando este mesmo pela presença dos espaços acima indicados, mas que contudo são um número reduzido em relação ao resto da cidade- conveniência, subentendido como horários flexíveis- característica contra o Mercado do Bolhão, que tem horários fixos e não está aberto todos os dias da semana e a acessibilidade, algo que visto e analisado para a reabilitação do mercado, de modo a facilitar o acesso para ao mesmo.

Estas mesmas características são explanadas em Fernandes *et. al* (2000), contudo a ideia aqui presente é que a perceção de tais exemplos através de instrumentos geográficos e cartográficos, e ainda ferramentas associadas, em que a análise destes pontos aferidos demonstre, por seu efeito, uma perceção sociologicamente alargada e profunda do tecido urbano. Neste sentido uma cartografia no mercado potencia uma análise da distribuição dos serviços que o mesmo oferece, bem como possibilita percecionar uma conjuntura socioeconómica e sociodemográfica dos lugares, no intuito de compreender as distribuições espaciais do mesmo com o facto de complementar

---

Sé, Vitoria, São Nicolau refretem valores de quebra elevados na população quando comparado com freguesias maiores como o caso de Cedofeita, Nevogilde e Paranhos, em que esta quebra populacional é menor devido ao facto de possuir maiores número populacionais (residentes) no seu espaço. Igualmente é importante reter que esta mesma informação foi analisada a partir dos censos de 2001 e 2011, sobre o qual não se tinha ainda sofrido alterações na morfologia das Freguesias postulados pela CAOP 2013. Apesar dos mapas postularem uma análise pormenorizada a partir de dados de subsecção estatística, é assim apresentado neste ponto uma análise geral da mutação sobre um espectro geográfico mais alargada (freguesia), apoiando assim a análise específica apresentada nos mapas do capítulo 2. Esta informação pode ser observada a partir dos dados disponível no Instituto Nacional de Estatística [INE].

<sup>33</sup>Tendo como exemplo caso da Boavista, um eixo emergente na distribuição de serviços especializados, bem como o seu posicionamento geográfico como uma das artérias principais da cidade. Algo que não acontece com o caso do posicionamento geográfico do Mercado do Bolhão, revelando uma antagonização do acesso rodoviário aos serviços, em comparação à localização do Boavista.

visualmente a análise ao leitor. Seguindo assim esta linha de pensamento, é necessário compreender a cartografia dos mercados a dois momentos, o primeiro já refletido, diz respeito ao posicionamento na cidade e inclusive, à compreensão dos dados estatísticos que balizam estes mesmos lugares.

### **3.2.1. A necessidade de uma cartografia sociológica do Mercado do Bolhão**

Compreendida a importância de uma cartografia, emerge a necessidade do uso da cartografia no interior do Mercado do Bolhão, uma vez que esta prendeu-se com vários subníveis de análise. Podemos desde já apontar a existência de uma relação entre os instrumentos de recolha de dados de carácter sociológico, com ferramentas e potencialidades cartográficas. Neste primeiro nível de análise e através de incursões ao mercado [Observação Direta], foi possível retirar um conjunto de informações espaciais relativas à distribuição dos serviços o que permitiu, posteriormente, mapear os dados observados que serviram para uma análise de um conjunto de atitudes e comportamentos decorrentes no espaço em específico, voltando assim a nossa atenção para a unidade espacial que é o mercado e mais detalhadamente o seu interior. A ideia aqui a reter é demonstrada por Monmonier (1993),

“Humanistas e Cientistas Sociais, são também exploradores, muitos geógrafos em espírito, se não em afiliação disciplinar [a] sua exploração afeta vários aspetos do lugar e do espaço, os mapas podem ter um papel importante na [sua] escrita” (Monmonier 1993: 4, *tradução própria*).

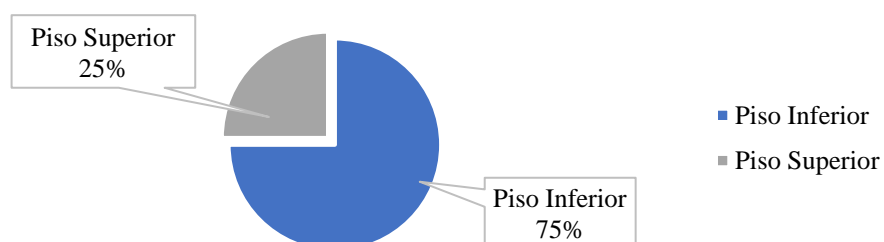
Assim, foi possível criar uma representação do espaço interno do mercado e das suas funcionalidades, particularmente o tipo de comércio que foi então passível de ser observado [mapa 3], compreendemos através do mesmo onde se localizavam todos os serviços de venda que estão abertos e em funcionamento, como igualmente, os que se apresentam encerrados e as suas diferentes tipologias<sup>34</sup>. Partindo assim dos dados

---

<sup>34</sup> Na elaboração deste mesmo mapa/ planta e durante as reuniões com a Infografia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, foram estabelecidos de forma a ser visualmente perceptível um conjunto máximo de categorias de serviços. O intuito aqui presente é de facilitar a leitura visual de forma a compreender por um lado a concentração dos serviços, bem como a sua disposição espacial nos limites do mercado, Recorremos à criação de base de dados, de modo a ser possível a organização a informação retirada e compreender a sua relação com o espaço físico do mercado e nomeadamente com as interações sociais decorrentes dentro do mesmo. Ressalva-se a compreensão da extensão dos serviços observados e categorizados pelos dados recolhidos, tendo sido categorizados como sendo divididos em *Serviços encerrados* (serviços que se encontravam encerrados no decorrer temporal das incursões realizadas); *Serviços de Carnes e Peixes* (concentrando em si os talhos, os Congelados, Peixarias, Salsicharias e Aves); *Serviços de Gastronomia Tradicional* (concentrando em si os serviços de Vinhos, Doces e Salgados);

observados [mapa 3] podemos ver uma concentração de todos os serviços no piso inferior do mercado, como igualmente o piso mais movimentado e com mais oferta de comércio. Este mesmo é representativo de 75% (156 serviços diversificados) dos serviços do mercado, enquanto que o piso superior apresenta, 25% (52 serviços diversificados) do total de serviços (208 no total).

**Gráfico 1 Percentagem de ocupação dos serviços por piso no Mercado do Bolhão**

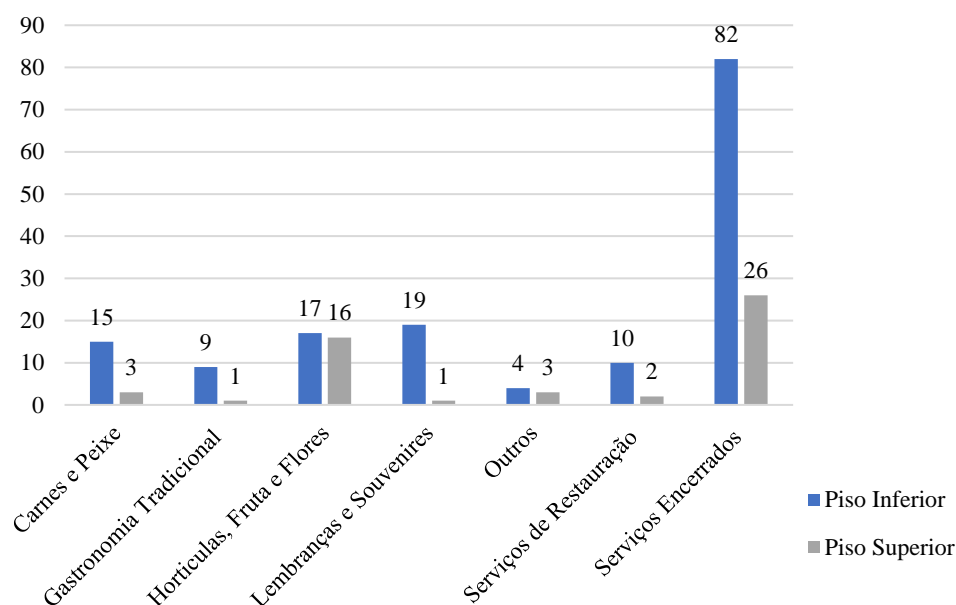


Fonte: Elaboração própria

Perante estes resultados podemos aferir que estes possuem influência na forma como as pessoas circulam no mercado [capítulo 6], como igualmente na dimensão espacial do mesmo, ainda se relacionam com a distribuição dos serviços, facto é que o número de serviços encerrados no piso superior, é equivalente ao número de serviços em funcionamento, algo que não acontece no piso inferior, onde a disparidade dos números dos serviços encerrados, difere em mais 8 serviços encerrados do total de 74 serviços abertos, perçetível através do gráfico seguinte,

---

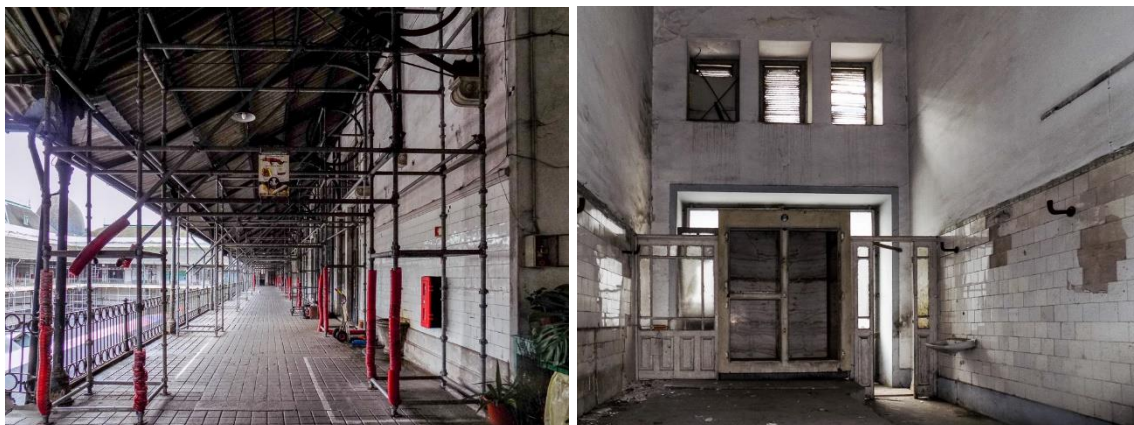
*Hortícolas, Frutas e Flores* (reunindo assim as bancas de Legumes, Frutas, Flores e Especiarias); *Lembranças e Souvenirs* (bancas de Souvenirs), *Serviços de Restauração* (Restaurantes e esplanadas) e *Outros* (serviços secundários aos de origem do mercado).

**Gráfico 2 Ocupação geral dos serviços do Mercado do Bolhão por categoria e piso**

Fonte: Elaboração própria.

O que pode ser compreendido é o facto de o piso superior apresentar fortes problemáticas em relação aos serviços onde o número de lojas encerradas é superior ao número de lojas encerradas no inferior, relação intimamente ligada com o número total de serviços por piso, bem como com a dimensão espacial do mesmo, em particular a sua morfologia. Circunstâncias igualmente refletidas pelo facto de a concentração dos serviços encerrados no piso superior, encontrar-se assim na zona abrangida pelas estruturas de metal presentes e pelo mau estado e abandono das lojas neste mesmo lugar, afiguradas nas imagens abaixo. Um outro dado extraído a partir dos dados recolhidos e pela projeção cartográfica, é a observação de uma concentração de serviços em postos específicos do mercado, como tal, os Serviços de Lembranças e Souvenirs [em mapa 3, com pontos azuis] estão assim concentrados no centro do mercado, onde igualmente circulam mais pessoas e onde se tende a usufruir mais dos espaços, seja a observar os produtos expostos, seja na interação entre os comerciantes e compradores.

**Figura 7 Fotografia das estruturas de metal presentes e estado de conservação das lojas do piso superior da entrada da Rua Sá da Bandeira**



Fonte: Rui Saraiva, 2018

Um outro ponto ainda inerente ao piso inferior é a concentração dos serviços de restauração - restaurantes e esplanadas<sup>35</sup> [mapa 3 com pontos rosa], que se encontram perto das escadas de acesso a este piso, pela entrada da Rua Fernandes Tomás, onde foi possível observar um conjunto de comportamentos específicos pela sua ligação com os serviços aqui situados, como também um outro conjunto de comportamentos associados a polos de socialização do mercado, tanto pelos consumidores como igualmente pelos frequentadores e visitantes do mercado. Ainda neste mesmo piso é possível observar um conjunto de serviços encerrados, em particular numa das vias mais externas ao centro do mercado, nomeadamente a norte do centro do mercado, observado, na imagem seguinte,

---

<sup>35</sup>São igualmente contabilizadas as esplanadas como serviços específicos, apesar de estarem ligadas com os restaurantes e cafés do interior do mercado, fora assinalada como tal devido a estas mesmas serem usadas tanto pelos comerciantes como pelo visitantes e consumidores do mercado, como espaços de socialização próprios, muitas vezes fora de horas de funcionamento dos serviços de restauração.



**Figura 8** fotografia das estruturas de metal presentes e estado de conservação das lojas do piso inferior a norte do centro do mercado



Fonte: Rui Saraiva, 2018

Por fim podemos ter uma projeção a dois tempos do piso superior, por um lado a concentração de serviços de hortícolas, frutas e flores<sup>36</sup> [no mapa 3, com pontos verdes e a Fotografia 6], na fotografia abaixo apresentada, e a concentração de serviços encerrados assinalados a branco, no ponto mais a sul do mercado, os quais, como afirmamos, apresentam fortes sinais de degradação das lojas e do edificado [fotografia 5], apesar de existirem algumas lojas em funcionamento, nomeadamente de talhos (3), café e uma esplanada (1) e serviços de outros (1)<sup>37</sup>.

**Figura 9** Fotografia dos serviços de hortícolas, frutas e flores do piso superior (1) e corredor dos talhos (2) com presença das estruturas de metal

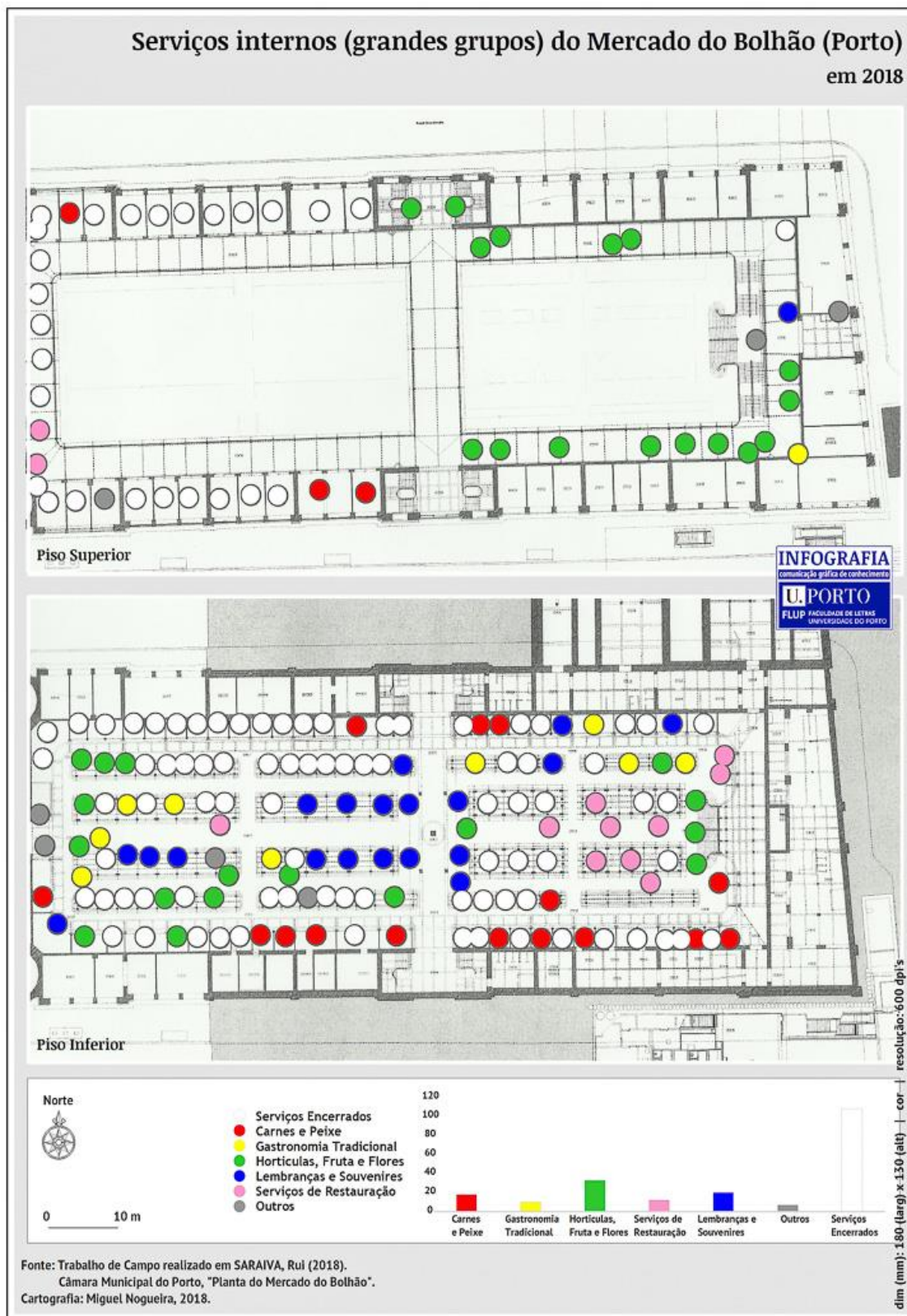


Fonte: Rui Saraiva, 2018

<sup>36</sup> Junto da entrada da Rua Fernandes Tomás.

<sup>37</sup> Gabinete da Câmara Municipal dentro do Mercado.

Figura 10 Serviços internos do mercado (tipo de serviços por categoria de comércio)



Fonte: Elaboração própria

Ao mesmo tempo que é compreendida a concentração de diversos tipos de comércio, intrinsecamente relacionados com os tipos de produtos, ao olharmos para o gráfico 2, vemos que o maior número de bancas e lojas, são as que vendem produtos frescos, em particular hortícolas e flores, mas uma análise mais pertinente a este ponto, revela que o número real de bancas deste tipo de produtos, é inferior à sua aglomeração categorial dos serviços. Implícito nesta abordagem está a criação de um conjunto de categorias que albergassem diferentes tipos de produtos vendidos, uma vez que revemos assim que ao determinar os diferentes subpontos de cada categoria de produtos, os que se referem a Lembranças e Souvenirs, são de facto o número mais elevado de bancas por todo o mercado. Tendo em mente que a atribuição categorial dos serviços foi feita de modo a abarcar diferentes produtos, um olhar singular sobre cada um revela um elevado número de bancas e lojas de venda de produtos de lembranças/*souvenirs*, em detrimento de um número bastante inferior de bancas e lojas de produtos frescos, em particular os talhos estão apenas em funcionamento e alguns em funcionamento reduzido - 4 espaços no mercado associados a este produto - seguido de congelados, com apenas 4 espaços ainda em funcionamento, e apenas 2 salchicharias em funcionamento por todo o mercado<sup>38</sup>.

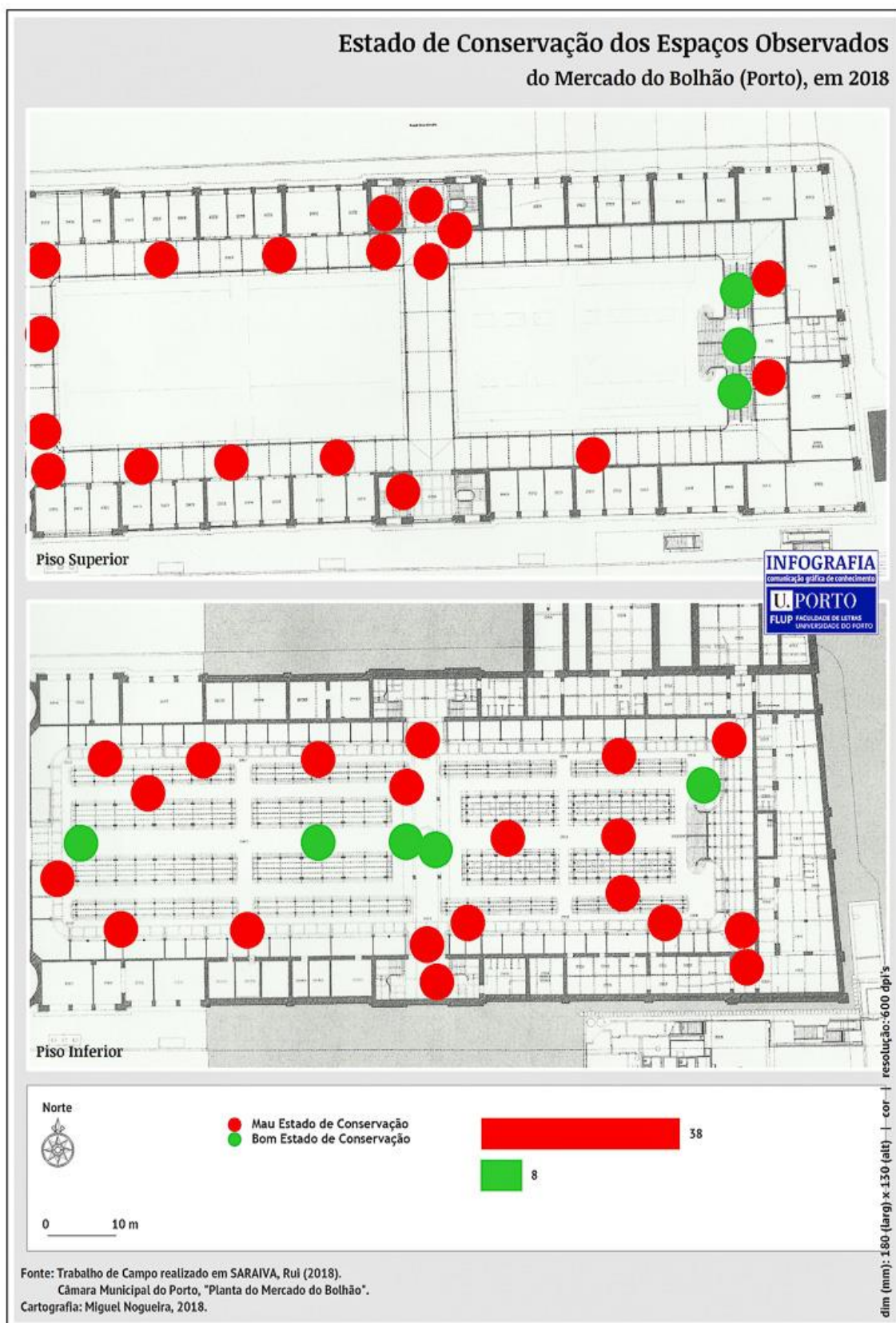
Neste mesmo sentido, foi possível interpretar espacialmente um outro conjunto de características associadas ao edificado e ao seu estado de conservação, como vimos nas imagens apresentadas, podemos então, de forma particular, assinalar as áreas que se apresentam com maior degradação no mercado, estando estas associadas a zonas específicas, como o caso das parcelas que estão separadas pelas estruturas metálicas, e outras que estão junto das bancas e lojas dos comerciantes.

---

<sup>38</sup>Caraterística fortemente destacada em relação ao comércio de lembranças, é a sua centralidade no mercado, como já aferido, polo principal de socializações dentro do mercado.



Figura 11 Estado de conservação do interior do Mercado do Bolhão



Fonte: Elaboração própria

Igualmente os contributos cartográficos vêm explicar onde se encontram estas mesmas zonas, ao mesmo tempo que se estabelece uma ligação com o mapa 3 e o mapa 4 - de forma a se compreender a sinergia presente aquando da representação visual dos dados - no mapa 4 podemos localizar as zonas mais degradadas do Mercado, e como já reiterado a ligação que tanto o mapa 3 como o mapa 4 estabelecem, é uma ligação de simbiose dos dados, ao mesmo tempo que vemos as localizações dos serviços encerrados, observamos que estes estão associados às zonas mais degradadas dos mercado<sup>39</sup>. Destacamos novamente<sup>40</sup> o piso superior do mercado como aquele que apresenta o maior número de zona degradadas ou com mau estado de conservação, simultaneamente, o facto de as zonas degradadas no piso inferior estarem circunscritas pela presença destas mesmas estruturas, fornecem informação sobre a disposição do estado de conservação das bancas e das lojas em ambos os pisos. A presente ideia reflete a opinião dos comerciantes em relação ao mercado, esta mesma de desagrado pela arquitetura do mesmo, como é igualmente refletido na forma como ele próprio é vivido e promulgado, vejamos um breve exemplo,

*Esta F\*\*\*\*\*! Está todo arreventado olha para aqui olha estes pilares (aponta)... chove... tens que vir de abraçadeiras para não te afogares ali... vais à cozinha escorre água... tenho esta merda um tubo foi com o caralho, a Câmera começou a cagar de alto e deixou que tudo fosse à vida... tens zonas aí no mercado que tu vês que esta tudo estourado... tem que haver obras!! Quer queiram, quer não queiram... e não pode ser umas obrinhas de pintar percebes... tem que haver obras... temos que ser verdadeira... reestruturação do mercado... (anonimo, 29 anos, comerciante do interior do mercado).*

Concluimos, portanto, que as potencialidades cartográficas surgem no sentido em que fornecem a hipótese da interpretação da informação e da investigação serem mais profundas, promovendo por sua medida, uma conjugação primordial entre o que possa ser afirmado e analisado, como também o que pode ser exposto, fortalecendo a ligação entre linguagem e a interpretação visual: “As palavras num mapa promovem uma ligação entre os símbolos cartográficos e a linguagem [natural] dos autores e [dos] leitores (...)” (Monmonier 1993: 93, *tradução própria*).

---

<sup>39</sup> Anexo 6 - Estado de limpeza dos espaços Observados

<sup>40</sup> Consultar o Mapa 4.

## **Capítulo 4. As questões metodológicas: *um caminho* para percorrer o Mercado do Bolhão**

### **4.1. Os primeiros pontos metodológicos**

Tomando assim em conta o que foi abordado anteriormente, marcamos este capítulo como o ponto de aproximação ao objeto de estudo da investigação, refletindo um conjunto de necessidades técnicas e de escolhas metodológicas próprias a uma investigação sociológica, e o usufruto de um conjunto de áreas de conhecimento que estendem a sua influência à sociologia, bem como atestam o seu uso durante esta investigação.

Um ponto de destaque surge após a exposição dos nossos objetivos gerais, bem como dos específicos [capítulo 1], e por sua vez nas nossas hipóteses teóricas desenvolvidas na investigação. É de ressaltar, desde já, que estas mesmas hipóteses foram desenvolvidas *a priori* numa lógica hipotético-dedutiva, quer-se pois afirmar que as hipóteses surgem alteradas a partir de leituras mediáticas sobre o mercado através de notícias de jornais [*Jornal Público*], igualmente ressaltamos que tais hipóteses foram sofrendo alterações estruturais devido às dificuldades encontradas no processo de aplicação das técnicas escolhidas, sendo que aqui ressaltamos o processo de *vai e vem* entre os eixos teóricos e os dados empíricos, dado que “todo o trabalho de investigação de inscreve num *continuum* e pode ser situado dentro de, ou em relação a, correntes de pensamento que o precedem e influenciam” (Quivy & Campenhoudt, 2005: 25).

Como tal, as nossas hipóteses teóricas refletem-se como (1) a reabilitação do Mercado do Bolhão levará à perda de memórias e histórias juntos dos clientes, utentes no Mercado, pela sua realocação e reposicionamento temporário dos comerciantes, (2) a reabilitação levará à perda de identidades coletivas, bem como individuais, por parte dos comerciantes, frequentadores e habitantes da zona envolvente. Por um lado a reabilitação do Mercado do Bolhão terá consequências sobre a relação dos consumidores com os comerciantes, bem entre os próprios, podemos compreender que ao mesmo tempo terá consequências junto do próprio edificado, (3) as alterações dos sentimentos e do espaço físico em questão, o nosso objetivo irá se reproduzir e se repercutir à luz do que sucedeu

com o Mercado do Bom Sucesso e outros mercados na cidade do Porto, (4) o facto da reestruturação interna do Mercado terá consequências sobre a disposição e a relação que as novas propostas preveem com as funções originais do Mercado. Neste sentido as hipóteses criadas, e como afirmado anteriormente, sofreram alterações na sua aplicação, como também foi criada uma nova hipótese teórica, esta já *A posteriori*, (5) a alteração morfológica e espacial do mercado, com a perda de algumas funções bem como a alteração espacial da mesma terá consequências sobre os modos de uso dos espaços e por sua consequência nos modos de socialização dos comerciantes, bem como com os clientes e acessibilidades para os mesmos<sup>41</sup>.

Um outro ponto de destaque prende-se com a escolha de uma metodologia qualitativa no estudo do Mercado do Bolhão, ao invés de uma metodologia quantitativa ou mista, pelo seu intuito de explorar as memórias e histórias de vida dos comerciantes do mercado, bem como os modos de usufruição do Mercado e processos de socialização. Logo, não optamos por uma metodologia quantitativa, dado que pretendíamos *dar voz* aos comerciantes, como igualmente compreender memórias relativas ao espaço físico do mercado e por outro lado, uma percepção sobre as diferentes trajetórias que o mercado tem vindo a assumir no âmbito da reabilitação urbana e transições de lugares, esta mesma ideia é assim explanada pelo facto de a escolha deste mesmo método poder dar a conhecer fenómenos complexos, como o caso do Mercado do Bolhão e a sua relação intrínseca com os comerciantes e a cidade, como igualmente elementos mais pessoais dos mesmos, que marcaram igualmente as suas trajetórias de vida, dentro do mercado e o seu imaginário,

“No caso do estudo qualitativo é apontada a uma abordagem que facilita a exploração de fenómenos num contexto onde são usadas várias fontes de informação. Isto garante que a questão não é apenas analisada por uma lente, mas sim [por uma] variedade[s] de lentes que permite múltiplas interpretações do fenómeno [que são] reveladas e compreendidas” (Baxter & Jack, 2008: 544, *tradução própria*).

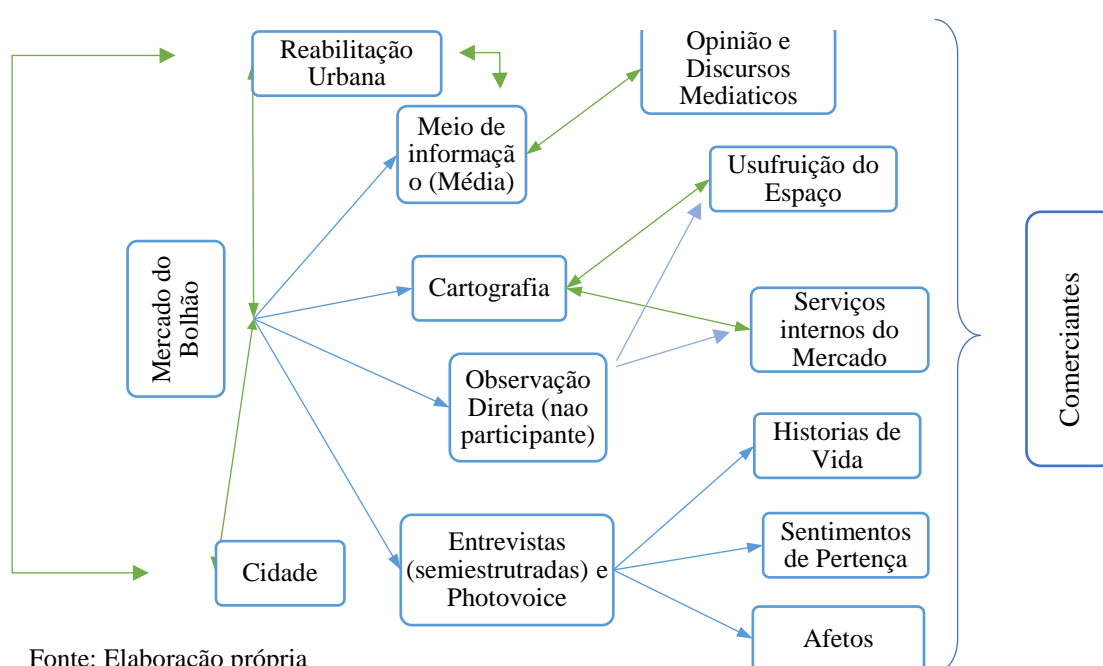
Neste mesmo sentido podemos apontar os contributos de Creswell (2014) ao afirmar que “num estudo qualitativo, o intuito é de explorar em geral, um conjunto de fatores complexos [em volta] do fenómeno central e apresentar de forma geral as várias perspetivas e significados que os participantes têm” (Creswell, 2014: 140, *tradução*

---

<sup>41</sup>Anexo 7- Quadro das Hipóteses teóricas, alterações e criação *à priori* e *à posteriori*.

*própria*), é sobre esse mesmo ponto que recai a escolha de tal metodologia como anteriormente afigurado e que para tal, um conjunto de técnicas foram escolhidas, tanto de âmbito sociológico, como igualmente de outras áreas de conhecimento que possibilitaram uma sinergia entre ambas. Deste modo as técnicas de recolha de informação passaram por várias escolhas, que se encontram ligadas com o cronograma de pesquisa<sup>42</sup>, nomeadamente, quando seriam aplicadas, bem como assim associadas a um modelo de análise entre o objeto de estudo e as variáveis, exemplificado a baixo<sup>43</sup>,

**Figura 12 Modelo de Análise de Investigação**



Como é possível de observar, podemos ver a existência de relações de influência múltipla entre algumas variáveis que terão, por si, consequência no objeto de estudo, tais relações são representadas a verde, na qual destacamos as relações entre o Mercado do Bolhão e a cidade, bem como com a reabilitação urbana, tratando-se assim de forças que têm consequências uma na outra. Por outro lado, vemos um dupla influência entre os *média* e a reabilitação urbana, traduzindo-se através das leituras mediáticas, que

<sup>42</sup>Anexo 8- Cronograma de Pesquisa da Investigação e Etapas de Pesquisa.

<sup>43</sup>As linhas a Verde, representam ligações multidirecionais, entendendo-se como variáveis Independentes. As linhas a Azul, representam ligações unidirecionais, entende-se como variáveis dependentes.

apresentavam informação sobre a reabilitação da cidade, bem como o contexto do mercado face a tal temática, como ao mesmo tempo expõe as mudanças e as atitudes governamentais, em especial as municipais face ao mercado. Ainda uma outra área de múltipla influência de forças surge apresentada no carácter cartográfico da investigação, esta mesma ligada aos registos de observação direta, que permitiram realizar introspeções com suporte visual [criação de mapas], das formas como o mercado- nomeadamente o seu espaço interior- era assim utilizado, como igualmente estabelecer uma relação com a distribuição dos serviços atuais, e ainda espaços de sociabilidade. A par destas forças multidirecionais e de influência múltipla, podemos compreender relações unidirecionais, destacando assim o caso das entrevistas semiestruturadas ao nível das histórias de vida de cada comerciante<sup>44</sup>, bem como os seus sentimentos de pertença ao local e as memórias que guardam dele, como forma de espelhar as alterações especuladas para a reabilitação do mercado, como igualmente os sentimentos através do *photovoice* (analisado com mais detalhe adiante) em relação a um conjunto de imagens<sup>45</sup> escolhidas e apresentadas a cada um dos comerciantes entrevistados.

## **4.2. Apresentação de técnicas de recolha de informação e caracterização das mesmas**

Pelo facto de ter sido escolhida uma metodologia qualitativa, revemos a necessidade de mencionar o conjunto de técnicas que procuramos usar no decorrer da investigação, tais apresentam-se com um carácter multidisciplinar, de forma a produzir resultados satisfatórios, como igualmente encontrar as verdadeiras compreensões sobre o projeto proposto para o Bolhão.

---

<sup>44</sup> Nomeadamente dos que se propuseram a participar no estudo de forma voluntária.

<sup>45</sup> No total foram escolhidas 5 imagens para a realização do Photovoice, tais percorrem um caminho do mercado em pontos estratégicos de forma a despertar sentimentos e memórias face ao confronto com as mesmas, deste modo 3 dessas imagens espelham o mercado atual e 2 delas representam os protótipos apresentados pela CMP para as formas internas que o mercado irá assumir.



#### 4.2.1. Pesquisa documental (teórica, mediática e descritiva)

Podemos desde já mencionar, e de acordo como o nosso cronograma de pesquisa<sup>46</sup> e o modelo de análise apresentado, que iniciamos o nosso trabalho com a leitura documental de teorias sobre a cidade, reabilitação e sobre o carácter mediático das notícias encontradas na versão digital do Jornal Público (Edição Porto), sobre tal, a escolha do Jornal é assim promulgada pelo acesso à informação necessária do espaço temporal que se pretendeu analisar, entre 2012 e 2017<sup>47</sup>. Assim sendo, foram escolhidos um conjunto de autores considerados relevantes pelos seus contributos na área do urbanismo e as suas definições sobre a cidade, mas também as formas de governança, servindo assim para a sustentação e criação da problemática teórica<sup>48</sup>. Estas mesmas escolhas bibliográficas refletem que “O objetivo é, portanto, fazer o ponto de situação acerca dos conhecimentos que interessam para a pergunta de partida” (Quivy & Campenhdout 2008: 52).

No que concerne uma análise das leituras mediáticas, destacamos os contributos de Cohen (1972) ao estabelecer a importância da análise dos discursos de jornal através do exemplo dado dos *Mods* (derivados do *skinheads*) e os *Rockers* (derivados do *Motards*) (Guerra, 2002b: 18), isto é, como é que os média processam a representação dos acontecimentos. Como tal, o destaque que Cohen (1972) faz sobre o ponto dos média, associa-se a um processo de etapas de inventário, aferindo que nesses discursos predomina o exagero, distorção, prognóstico e simbolização (Cit. por Guerra, 2002b: 21), traduzindo-se assim num processo de manipulação e até mesmo de reconstrução do real vivenciado por parte dos média (Cit. por Guerra, 2002b: 22), o que pode ser compreendido a este mesmo instante, é que este inventário cria um outro conjunto de características, pela necessidade de apresentar novas notícias, o que origina assim a partir do inventário, a construção de um outro conjunto de pontos, ao que o autor atribui como a orientação, imagens e causas,

---

<sup>46</sup> Anexo 8- Cronograma de Pesquisa da Investigação e Etapas de Pesquisa

<sup>47</sup>Esta mesma escolha foi assim igualmente possibilitada pelo facto do próprio jornal permitir uma filtragem de informação específica sobre o mercado, que veio por seu meio facilitar o encontro das notícias explanadas, devido ao facto de ser uma publicação diária, característica também que atraiu o interesse dessa mesma escolha;

<sup>48</sup>Esta escolha percecione o intuito de demonstrar os espaços - como o mercado - como polos de emergência de relações sociais, tanto pelo duplo contacto dos comerciantes com os consumidores, como igualmente com os espaços físicos, onde criam ou até mesmo revivem projeções mentais relacionados com o lugar.

“Após a fase de construção do inventário interessa perceber como é que as suas imagens foram cristalizadas em opiniões e atitudes que correspondem a sistemas de crenças generalizados no quadro da opinião pública [...] As temáticas principais do sistema de valores e de crenças (temas de opinião e atitudes) podem ser sistematizadas segundo três categorias temáticas: orientação, imagens e causas” (Guerra, 2002b: 22).

Como tal, compreendemos que de modo geral, a abordagem de Cohen (1972), remete-se ao papel que os média desempenham no imaginário intelectual da opinião pública, criando uma falsa realidade dos acontecimentos, tal revelou assim o interesse de perceber o que poderíamos encontrar face ao Mercado do Bolhão. Logo, foram criadas categorias<sup>49</sup> para a análise das notícias do Jornal Público, sobre essa análise decorreu uma categorização das mesmas em duas partes, o título e o conteúdo, no sentido em que as categorias e as subcategorias de análise são referentes a uma leitura do conteúdo das notícias, porém, procurou-se verificar (ou não) se o título correspondia ou dava a entender, de facto, aquilo que foi apresentado no conteúdo (fazendo uma correspondência ou não com os nossos eixos de análise). O pretendido foi encontrar semelhanças no mercado, não sobre o aspeto da estigmatização, mas sim sobre a forma articulada dos média apresentarem informação sobre o mesmo e de que forma esta é verdadeiramente afigurada com o contexto real vivenciado<sup>50</sup>.

#### **4.2.2. Entrevistas exploratórias e entrevistas semiestruturadas**

Seguindo a linha teórica de Quivy & Campenhout (2008) a realização de entrevistas exploratórias foi por si considerada como um conjunto de conversas informais acerca do mercado, junto dos comerciantes, onde se procurava compreender os sentimentos e as dificuldades que se iriam encontrar no mercado, sobre o qual estas não tiveram um guião, tendo como consequência algumas adaptações em relação ao guião de entrevista posteriormente elaborado. Neste momento, podemos mencionar que foram realizadas entrevistas semiestruturadas<sup>51</sup> junto dos comerciantes do Bolhão, que teve o

---

<sup>49</sup>Anexo 9- Grelha de categorias de análise das notícias e discursos mediáticos.

<sup>50</sup>Deste modo o intuito foi de compreender até que ponto a teoria de Cohen (1972) era assim aplicável ao caso do Mercado do Bolhão, como igualmente entender os discursos com que se afiguravam as demais notícias. Para que tal fosse possível, recorremos a uma base de dados de seriação de notícias e de projeção bibliográfica das mesmas através do Excel, permitindo uma análise separada entre o título e conteúdo, sendo que, quanto ao conteúdo, este foi analisado recorrendo às ferramentas prestadas pelo NVivo, o que permitiu a categorização das mesmas usando os mesmos eixos anteriores mencionados.

<sup>51</sup>Anexo 10- Guião de Entrevista Semiestruturada de biografia/histórias de vida e photovoice.



intuito de perceber os seus percursos e as histórias de vida, desde que começaram a trabalhar no Mercado, como igualmente compreender as suas opiniões não só sobre o estado atual do Mercado, como dos projetos de intervenção que serão aplicados neste espaço. Uma razão para a escolha da realização das entrevistas prende-se com os contributos de Quivy & Campenhout (2008), sendo que,

“Os métodos de entrevista distinguem-se pela aplicação dos processos fundamentais de comunicação e de interação humana. (...) Ao contrário do inquérito por questionário, os métodos de entrevista caracterizam-se por um contacto direto entre o investigador e os seus interlocutores (...) através das suas perguntas abertas e das suas reações, o investigador facilita essa expressão, evita que ela se afaste dos objetivos da investigação e permite que o interlocutor aceda a um grau máximo de autenticidade e de profundidade” (Quivy & Campenhout, 2008: 191-192).

Podemos ainda mencionar que se projetou uma amostra de pendor não probabilístico intencional, com uma participação total de 17 entrevistados, destacando a maior predominância do sexo feminino, algo que veio demonstrar que o mercado é predominantemente caracterizado por comerciantes de sexo feminino, existindo poucos homens a trabalhar, destacando-se tal aspeto pois aparentava ser menos acentuado em relação ao exterior, contudo permanece um maior número de comerciantes de sexo feminino<sup>52</sup>. Apesar de todos serem comerciantes no Mercado, pretendeu-se que a amostra fosse heterogénea no que se refere ao tipo de produtos que são vendidos e pelos anos de trabalho dos comerciantes do Mercado do Bolhão, contudo algumas dificuldades foram encontradas na realização da mesma, uma vez que comerciantes de determinados produtos não quiseram participar na investigação. Nesta mesma análise das entrevistas, assim como veremos no caso do *Photovoice*, estas foram colocadas sobre análise no programa NVivo, que permitiu gerar um conjunto de dados onde estavam assim estabelecidas ligações entre as diferentes categorias que propusemos analisar, atestando a influência do mercado no quotidiano de cada comerciante. Estas trajetórias de vida, remontam assim para uma ligação forte entre as histórias de vida de cada comerciante com o próprio mercado, demonstrado pelas suas opiniões em relação ao estado que este mesmo se apresenta e às necessidades que os próprios [comerciantes] apontavam ao longo dos anos, isto é, de serem necessárias obras mais atempadas no mercado, o que pelas palavras de muitos destes atores, foi algo que não foi feito e que enfraqueceu e deu mau nome ao mercado, mercado esse apontado pelos próprios como parte da sua família e da sua vida, pois como muitos igualmente afirmaram: “foi aqui que eu cresci e eduquei os

---

<sup>52</sup>É igualmente de referir que todas as entrevistas foram feitas sobre anonimato

meus filhos” (comerciante de frescos, Mercado do Bolhão). Por fim, podemos assinalar que esta técnica pretende dar uma espécie de vislumbre exploratório, no âmbito das nossas hipóteses teóricas, principalmente no que concerne uma compreensão preliminar da reabilitação do mercado. Então, com tal abordagem, foi possível apreender desde logo possíveis impactos no que diz respeito a perdas de memórias e de tradições junto dos clientes e dos comerciantes, mas também sentimentos de esperança para uma perpetuação destas relações de afetividade.

#### **4.2.3. Photovoice**

Associado às entrevistas, foi igualmente posto em prática o *Photovoice* (Wang & Burris, 1997) com o intuito de interpretar emoções, como igualmente confrontar os comerciantes com imagens atuais do mercado e os protótipos apresentados pela Câmara Municipal do Porto, em relação ao novo espaço interior. Utilizando os contributos de Wang & Burris (1997) podemos compreender que o *Photovoice* assume-se como um processo pelo qual as pessoas podem identificar, verificar e associar sensações sobre determinados temas através da apresentação de fotografias, “[O] photovoice é um processo pelo qual as pessoas podem identificar, representar e melhorar sua comunidade através de uma técnica específica de fotografia” (Wang & Burris 1997: 369, *tradução própria*).

Foi entregue um conjunto de fotografias<sup>53</sup> (5), tendo sido pedido aos entrevistados que descrevessem a mesma, tendo assim como objetivo perspetivar as opiniões destes face ao mesmo e ao seu estado de conservação e estrutura física, mas também, um conjunto de fotografias (2) em que estava representado o protótipo visual do espaço do novo mercado, pretendendo revelar os desejos para o novo espaço, as opiniões sobre o mesmo em comparação com a arquitetura atual do mercado, e nomeadamente a procura de informação e opiniões, sobre a possível perda de estruturas internas do mercado, como o caso das bancas de venda. Podemos assim concluir e como já aferido a importância do *Photovoice* e a sua aplicação nesta mesma investigação e no contexto de suporte às entrevistas, sendo que visava compreender de forma mais alargada todas as memórias do imaginário dos comerciantes, ao verem pela última vez o mercado como o conheciam,

---

<sup>53</sup>Anexo 11- Fotografias escolhidas para a realização do Photovoice.

devido à sua saída para o temporário e a sua retoma para um Bolhão já reabilitado, despertou por isso na investigação, a necessidade de estender esta mesma técnica como primordial à recolha desta informação<sup>54</sup>.

#### **4.2.4. Observação direta**

A par da realização destas mesmas entrevistas foram efetuados registos de observação direta no Mercado, com um pendor etnográfico, onde se pode compreender não só a interação entre os comerciantes e os clientes, como igualmente a relação aos seus movimentos dentro do mercado, mas também uma recolha de elementos fotográficos<sup>55</sup> que permitiu suportar e compreender como essas interações decorrem no seu espaço social, “(...) os métodos de investigação de observação direta constituem os únicos métodos de investigação social que captam os comportamentos no momento em que eles se produzem” (Quivy & Campenhdout, 2008: 196).

De modo a analisar estes movimentos e comportamentos ocorridos dentro do mercado, foi criada uma base de dados que serviu de suporte de informação para a criação de mapas temáticos a partir de plantas do mercado fornecidas pela CMP, bem como pela representação dos dados observados, ao qual foi proposto um conjunto de mapas com informações específicas que planejam assim a distribuição da informação relativa ao comércio dentro do mercado, que por si revelou algo não característico de um mercado de comércio tradicional, nomeadamente à luz do quadro apresentado por Fernandes *et. al* (2000)<sup>56</sup>, que foi assim a concentração espacial no lugar, bem como o número de bancas de souvenirs observadas no mercado, no qual foi possível estabelecer um outro conjunto de mapas que demonstrava as atitudes e comportamentos nesse mesmo lugar, e ainda um conjunto de outros pontos observados. Algo a refletir aqui, e que foi desenvolvido no exercício cartográfico, foi a criação de pontos estratégicos de observação, criando assim um conjunto de pontos que foram categorizados que revelou uma ligação com a

---

<sup>54</sup>Tal como nas entrevistas a análise foi feita utilizando o programa Nvivo, possibilitando o estabelecimento de relações entre diferentes categorias, servindo de mote para uma exploração mais profunda das observações realizadas.

<sup>55</sup>Anexo 12- Imagens do interior do mercado, estado de conservação e serviços internos no Mercado do Bolhão.

<sup>56</sup>Este mesmo quadro foi assim analisado de refletido nesta investigação no capítulo 3, quando foi referido as diferenças do comércio tradicional e moderno por Fernandes *et. al* (2000).

distribuição dos serviços do mercado, tal como as questões de manutenção e de conservação arquitetónica do Bolhão. Esta mesma informação foi criada a partir de uma grelha de observação<sup>57</sup>, foram por isso feitas um conjunto total de 16 observações entre o fim do mês de fevereiro até ao início do mês de abril. Podemos assim concluir que esta mesma técnica dá assim uma primeira sustentação às nossas hipóteses teóricas 4 e 5 que se referem às alterações do espaço físico e por sua consequência do espaço social do mercado, com a criação de cartografias temáticas em que é possível ver a ligação dos serviços com os comportamentos e atitudes.

#### **4.2.5. Cartografia e mapas temáticos**

Por fim podemos ainda referir que foi realizado um conjunto de cartografias temáticas sobre o mercado, nomeadamente relacionadas com as entrevistas e com a observação direta que pretendeu exemplificar como a distribuição dos serviços do mercado, em especial os mais focalizados no centro do mercado, são ao mesmo tempo polos de maior socialização entre comerciantes e clientes, mas como os próprios modos como ambos usam estes espaços. Para além de uma cartografia temática interna do mercado, foi realizada uma cartografia informativa que representa os dados estatísticos dos últimos 20 anos dos Censos (1991-2011) em especial as variáveis da densidade do edificado e da população residente no Porto, nomeadamente em torno do Bolhão, da Baixa e Centro Histórico da cidade, sobre o qual já foram apresentados no Capítulo 2 e 3<sup>58</sup> desta investigação. Podemos assim atestar esta importância de criação dos mapas pelos contributos mencionados por Monmonier (1993),

“Os mapas têm um lugar de destaque na escrita académica. [Desde] Historiadores, Sociólogos e outros humanistas e cientistas sociais, tendem a escrever com frequência sobre territórios e bairros, sobre disputas globais e conflitos locais e sobre [as] causas e correlações envolvendo diferentes áreas, aglomerados [*clusters*] regionais e outros padrões espaciais. Ao ajudar a visualizar [as] regiões e [a] compreender as distâncias relativas e outras relações geográficas, os mapas amplificam as frases e os parágrafos de um autor” (Monmonier, 1993: 9, *tradução própria*).

---

<sup>57</sup>Anexo 13- Grelha de Observação.

<sup>58</sup>Destacamos assim esta referência interna a dois momentos, um primeiro com a exposição dos dados provenientes da BGRI e INE desde 1991 até 2011 sobre o edificado e a população residente que demonstram assim as mutações ocorridas no tecido urbano do Porto através dos planos de intervenção na cidade. E um segundo momento referente assim a importância de uma cartografia nas ciências humanas como forma de exemplificar de analisar dados recolhidos em investigações que promulguem tal possibilidade.

## **PARTE 2. DA CIDADE, DO MERCADO E DO BOLHÃO VIVIDOS**

“Em Maurília, o viajante é convidado a visitar a cidade ao mesmo tempo em que observa uns velhos cartões-postais ilustrados que mostram como esta havia sido: a praça idêntica mas com uma galinha no lugar da estação de ônibus, o coreto no lugar do viaduto, duas moças com sombrinhas brancas no lugar da fábrica de explosivos. Para não decepcionar os habitantes, é necessário que o viajante louve a cidade dos cartões-postais e prefira-a à atual, tomando cuidado, porém, em conter seu pesar em relação às mudanças nos limites de regras bem precisas: reconhecendo que a magnificência e a prosperidade da Maurília metrópole, se comparada com a velha Maurília provinciana, não restituem uma certa graça perdida, a qual, todavia, só agora pode ser apreciada através dos velhos cartões-postais, enquanto antes, em presença da Maurília provinciana, não se via absolutamente nada de gracioso, e ver-se-ia ainda menos hoje em dia, se Maurília tivesse permanecido como antes, e que, de qualquer modo, a metrópole tem este atrativo adicional — que mediante o que se tornou pudesse recordar com saudades daquilo que foi” (Calvino, 1990: 23).

## **Capítulo 5. - Uma cronologia temporal do passado presente e futuro- mediatização do *conceito* Bolhão**

**Figura 13** Fotografia da passagem central do Piso Superior do Mercado em 1939 e previsão do projeto para o novo mercado



Fonte: GISA- Arquivo Municipal e Porto.

### **5.1. Compreensão temporal das mudanças do Mercado à atualidade: da origem à (pós)modernização do espaço**

Semelhante ao capítulo 2 desta investigação, torna-se necessário compreender o mercado desde a sua origem até à atualidade e perspectivas futuras do mesmo. De modo sucinto, a informação apresentada compacta alguns momentos em que o Mercado do Bolhão sofreu alterações ora de reabilitação, ora de construção de novas valências, apesar da extensa bibliografia - destacando desde já Nonnel (1992) como um dos principais autores que refletiu sobre o mercado e a sua posição na cidade, vemos deste modo, os seus contributos repercutidos em Ferreira (2011), no qual temos uma composição de alterações sobre o mercado, revelando as obras que decorrem desde o século passado, como igualmente através da leitura de um conjunto de memórias descritivas retiradas a partir da CMP (2016) sobre o mercado e o seu estado atual que afiguram nelas mesmas o primeiro *inside* para o novo mercado. Como tal, segundo Ferreira (2011), compreendemos que a construção do Mercado do Bolhão é compreendida a dois momentos, o primeiro associado à expansão do movimento de ordenamento do tecido urbano, e igualmente o processo de regularização e organização dos espaços de venda na cidade,

“A construção do Mercado do Bolhão deve ser enquadrada a luz de dois grandes movimentos. Por um lado, o movimento de expansão e ordenamento urbanístico que a cidade conhece a partir da 2.<sup>a</sup> metade do século XVIII sob a chefia da Junta de Obras Públicas do Porto, responsável pela definição dos grandes eixos orientadores da morfologia urbana portuense. Por outro, o processo de regulamentação e organização urbana dos espaços de venda públicos do Porto, que tem um grande impulso a partir do Liberalismo, e através do qual se vão tentar concentrar os mercados avulsos, então existentes um pouco por toda a cidade, a luz dos modernos conceitos de racionalismo económico e de higiene” (Ferreira, 2011: 139).

Neste sentido podemos apontar, através de uma linha espaciotemporal, os momentos que o mercado sofre alterações que se vêm afiguradas como mazelas estruturais no estado em que se encontra hoje, mas também a forma como a nova proposta revê estas mesmas sequelas e espelha novas potencialidades espaciais para o mercado. Com o intuito de tal, podemos deste modo apontar um conjunto de acontecimentos interligados e expressos em Ferreira (2011) sobre os antecedentes do mercado, em particular a sua posição geográfica na cidade, segundo o autor, a localização do mercado é assim identificada como sendo uma zona “ocupada por lameiros” (Ferreira, 2011: 140) atravessados por ribeiros, algo que veio ser vital para as preocupações e a necessidade da realização de diversos estudos sobre o local para o projeto de renovação do mercado. Contudo antes mesmo de ser visto e conhecido como Mercado do Bolhão, era assim situado no mesmo espaço ocupante, um outro mercado projetado por Joaquim da Costa Lima Júnior, que projetou assim uma Praça do Bolhão em 1837 caracterizada como um praça retangular, e delimitada internamente por quarteirões circunscritos por árvores, que mais tarde viria a sofrer melhoramentos, (1850) com a criação de uma rampa de acesso sobre a faixa da Rua Fernandes Tomás<sup>59</sup>. Avançando assim alguns anos vemos que cada vez mais o mercado se torna influente no tecido urbano do Porto, e em particular, revê-se cada vez mais a partir de 1890 a temática do melhoramento do mercado, segundo Ferreira (2011) “As exigências resultantes do aumento demográfico, as crescentes preocupações higiénicas (...) remetem a gestão do Mercado do Bolhão é, a partir de 1890, um assunto permanentemente ‘em cima da mesa’” (Ferreira, 2011: 141). Com o iniciar dos anos 1900, e em particular 1907, destacamos figuras como Xavier Esteves e Elísio de Melo, como os principais repressores da visão do mercado como um espaço fechado, salientando-se assim a passagem de um mercado aberto para um mercado circunscrito pelo seu próprio edificado, revelando a característica atual do edificado do Mercado do Bolhão. É ainda

---

<sup>59</sup> Anexo 14- Imagem do “Mercado do Bolhão” - Praça do Bolhão- datada em 1906



nesta data que Ferreira (2011) afirma que Xavier Esteves, propôs a ampliação do mercado afigurado em três modos, o primeiro apresentava-se assim como um deslocamento do mercado, um segundo como a expropriação dos terrenos em volta do mesmo e por fim, a construção de pavimentos sobrepostos. Podemos assim igualmente compreender, à luz da afiguração que o mercado assume, que os dois primeiros pontos não foram escolhidos para a nova reconfiguração do mercado. Destacamos igualmente que esta transformação do mercado foi um dos primeiros e mais importantes pontos de reconfiguração do espaço, não se revelando assim transformações tão profundas no mercado nos anos seguintes.

Uma das características deste projeto (1914) era assim e segundo Ferreira (2011), a cobertura em ferro e vidro sobre o espaço central, algo que não se viu deslumbrado, uma vez que segundo Nonnel (1992), uma comparação com o que tinha acontecido com o Mercado Ferreira Borges tinha assim fracassado na época, como por outro lado, e a partir de Ferreira (2011) uma outra possibilidade, poderá ter sido o peso orçamental para o projeto que se vislumbrava. Como já afirmado podemos assim destacar que estas mesmas reconfigurações são destacadas para a vitalidade do mercado, apesar de algumas alterações terem ocorrido vemos que o mercado não vinha sofrendo intervenções específicas de reabilitação, tanto por um lado social junto dos comerciantes, bem como físico, algo que é alarmante pelas condições do terreno em que o mercado está localizado, a sua fraca estabilidade do solo- muito alagado- em que já tinha sido proposta uma solução para este mesmo problema mas que contudo, com o avançar dos anos, veio assim demonstrar-se como um fator favorável à degradação física observada no mercado no decorrer da investigação, como igualmente os contributos de problemas estruturais do próprio edificado. Neste sentido, com o decorrer dos anos e a mediatização do mercado nos *média* em particular desta mesma característica do estado físico do mercado, vemos que atualmente o Mercado do Bolhão aguarda<sup>60</sup> assim uma nova reconfiguração estrutural onde este mesmo projeta um conjunto de características associadas à reabilitação e integração (Broudehoux, 1994) apresentadas por um conjunto de “Memórias Descritivas” para o “Projeto de Restauro e Modernização do Mercado do Bolhão” ( CMP, 2016). Desde logo destacamos um conjunto de características que assumem presentes no futuro do Mercado:

---

<sup>60</sup> É assim importante destacar que à data da redação da investigação o mercado encontra-se assim encerrado para as obras do projeto de Restauro e Modernização do Mercado do Bolhão que se iniciaram nos primeiros dias de Maio de 2018.



“A presente memória descritiva refere-se ao Projeto de Restauro e Modernização do Mercado do Bolhão, no Porto. Este realiza-se na sequência do Programa Base apresentado à Câmara Municipal do Porto (CMP) desenvolvendo-se em estreita coordenação com a Direção Municipal de Urbanismo da CMP e o Gabinete Mercado do Bolhão (GMB)” (CMP, 2016: 7)<sup>61</sup>.

A partir da análise deste mesmo projeto podemos observar que um conjunto de características específicas são assim aguardadas para o mercado, e desse mesmo modo com os resultados obtidos a partir do Relatório Prévio de 2009 (CMP, 2016: 29-30), são compreensíveis os modos de atuação propostos, afigurando-se assim como (a) a recuperação física do edificado- novas infraestruturas e a resolução de anomalias encontradas; (b) atualização do mercado de frescos- assente assim na vontade de fornecerem produtos os moradores e habitantes bem como o próprio munícipe e (c) restituição da relação deste equipamento com a cidade- promovendo uma maior acessibilidade e articulação como um consciência mais higiénica do lugar.

Podemos apontar, que a partir deste eixos de trabalho, vislumbra-se um conjunto de características que se vinculam com a preservação do traço original do mercado, e na sua posição central na cidade, que igualmente projeta uma vontade de revitalização do mercado com valências modernas para a cidade, promulgando assim a ideias que Broudehoux (1994) afirma sobre a integração, onde é encontrada uma vontade de manter as tradições e traços originais do mercado, mais igualmente olhado assim à possibilidade de revigorar valências modernas ao espaço<sup>62</sup>, como são o caso de algumas estruturas internas existentes exemplo de tal o antigo matadouro de aves.

### **5.1. Um processo de representação mediática para e do Mercado**

Tomando em conta o processo de mediatização que o mercado tem sofrido nos últimos anos, propomos uma análise dos discursos mediáticos sobre o mesmo. Interpretando a análise e os contributos de Cohen (1972) e a sua aplicação em Guerra (2002b), foram formuladas um conjunto de categorias que se prendem com a

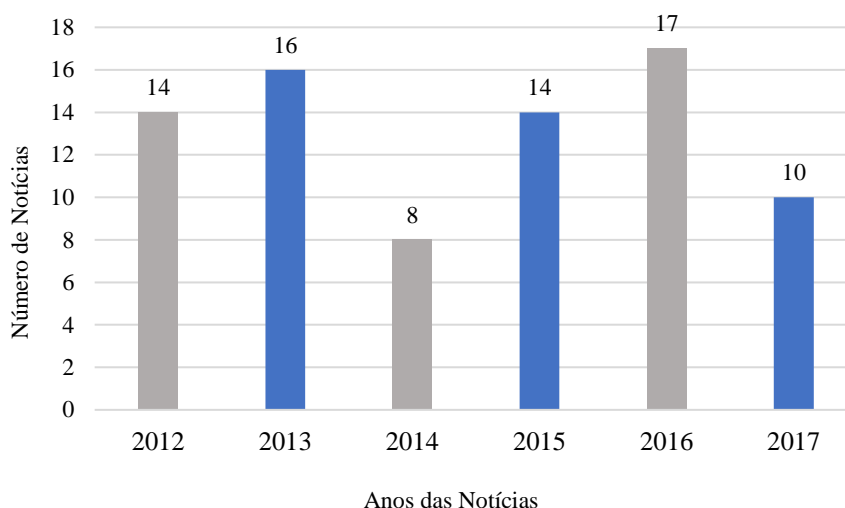
---

<sup>61</sup>Projeto de Restauro e Modernização do Mercado do Bolhão Memória Descritiva e Justificada do Projeto Geral de Arquitetura projeto de Execução. Janeiro de 2016.

<sup>62</sup>Podemos igualmente interpretar esta vontade a partir das imagens que o próprio projeto apresenta nos moldes de comparação entre espaço atual e a prestativa [visual] para o mesmo lugar, patentes no Anexo 15- Proposta visual do Mercado do Bolhão na atualidade e após a intervenção no mercado

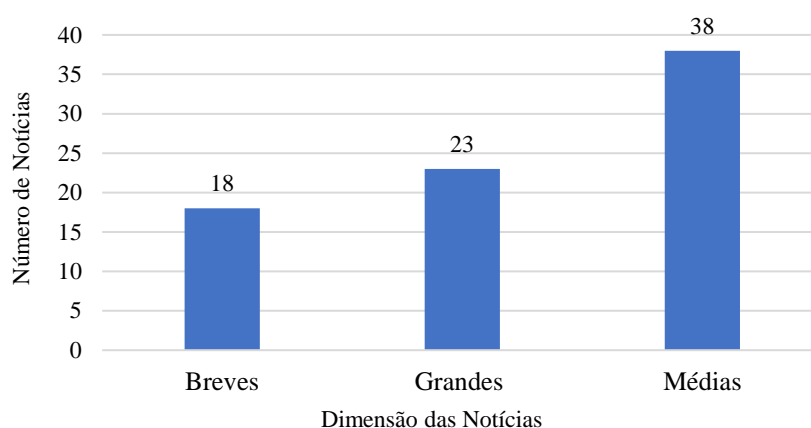
interpretação dos títulos das notícias bem como do seu conteúdo<sup>63</sup> de forma a explorar as ideias expressas bem como a forma como a informação é apresentada. Para um primeiro momento referimos que foram contabilizadas 79 notícias referentes ao mercado do Bolhão desde 2012 a 2017, expressas no gráfico apresentado, vejamos:

**Gráfico 3 Número de notícias sobre o Mercado desde 2012 a 2017**



Fonte: Nvivo, 2018 (Público 2012-2017).

**Gráfico 4 Dimensão das notícias**

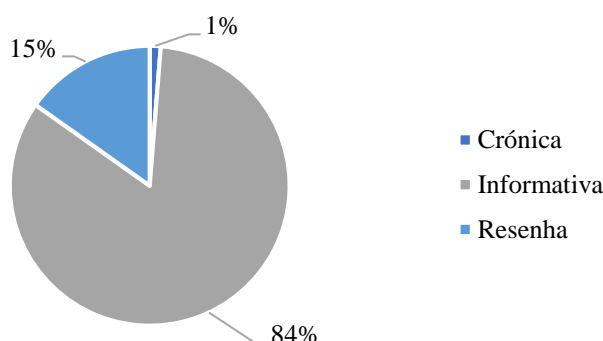


Fonte: Nvivo, 2018 (Público 2012- 2017).

<sup>63</sup> É necessário referir que esta análise é de âmbito qualitativo e as categorias foram assim criadas a partir da análise dos diferentes elementos, algo que por si é mutável, dependem assim da interpretação pessoal de cada indivíduo.

Destacamos um maior número de notícias em 2013 e 2016, ao mesmo tempo que refletimos uma dimensão média das notícias<sup>64</sup> que é assim representativa em todos os anos. Algo a denotar é a sua característica da informação, subentendido como sendo, *Crónicas, Informativas e Resenhas* apresentadas no gráfico que se segue, onde se revela um maior número de notícias informativas no decorrer dos seis anos de publicação.

**Gráfico 5 Tipo de Notícia (2012 a 2017)**

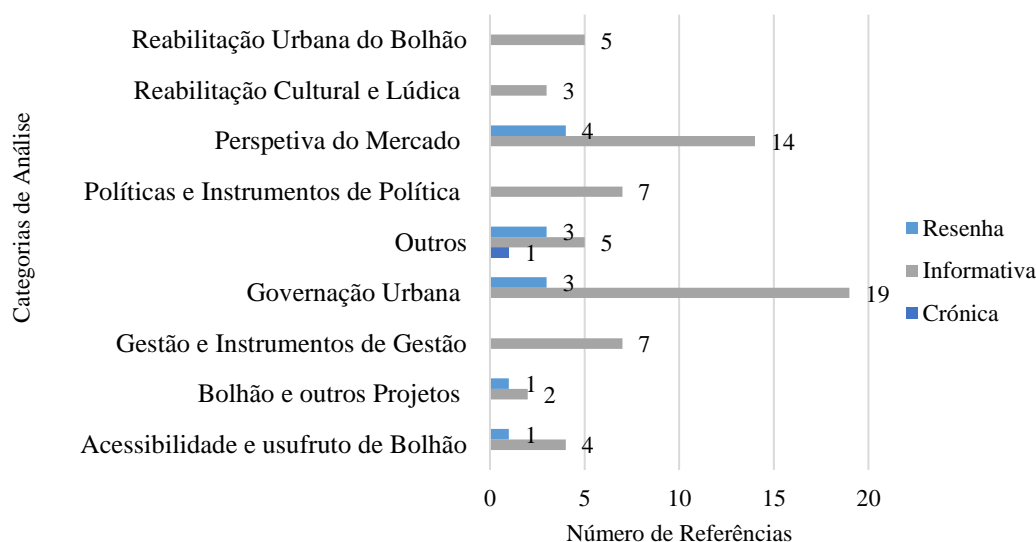


Fonte: Nvivo, 2018 (Público 2012-2017).

Esta mesma característica é marcante, devido ao facto de durante a análise, esta estar conexa às nossas categorias de análise, tanto do título como do conteúdo das notícias, demonstrando, desde logo, um carácter específico da informação encontrada. Na mesma medida que são apresentadas como uma predominância de características informativas, estas revelam, por si, uma pista conclusiva em relação às temáticas encontradas em particular dos títulos apresentados. Assim, e perante tal, compreendemos que associado ao grande número de discursos informativos, estão em si associados duas grandes categorias, nomeadamente a *Governança Urbana* (19) e *Perspetiva do Mercado* (14).

<sup>64</sup> É assim necessário referir que a dimensão das notícias esta relacionada com a projeção que tem, para o qual considerou-se notícias como Breves aquelas que ocupam menos ¼ da folha as notícias médias que ocupam pelo menos metade da folha tanto na vertical como na horizontal e como notícias grandes aquelas que ocupam a totalidade da folha.

Gráfico 6 Categoria do Título segundo Tipo de Notícia (2012 a 2017)



Fonte: Nvivo, 2018 (Público 2012-2017)

Em particular estas duas categorias<sup>65</sup>, revelam um conjunto de informações inerentes à forma como o mercado é percecionado, não só de acordo com as temáticas políticas e de governação. No caso destas últimas, são aludidas no conteúdo das notícias as determinantes associadas a estas perceções, reiterando a forma como os diferentes governos visualizaram o mercado e o seu estado, destacando igualmente associações com outros órgãos administrativos, muitos deles de carácter nacional, como é o caso do Porto, exemplos desta mesma categoria são apresentados em, “Antes de abandonar a câmara, Rui Rio vai deixar o Bolhão vazio” (Patrícia Carvalho *in* Público 2 de agosto de 2012); “Menezes recupera projecto de Massena para o Mercado do Bolhão” (Patrícia Carvalho *in* Público 21 de março de 2013) e “Rui Moreira agradece aos partidos comportamento “exemplar” no Bolhão” (Patrícia Carvalho *in* Público 8 de março de 2017).

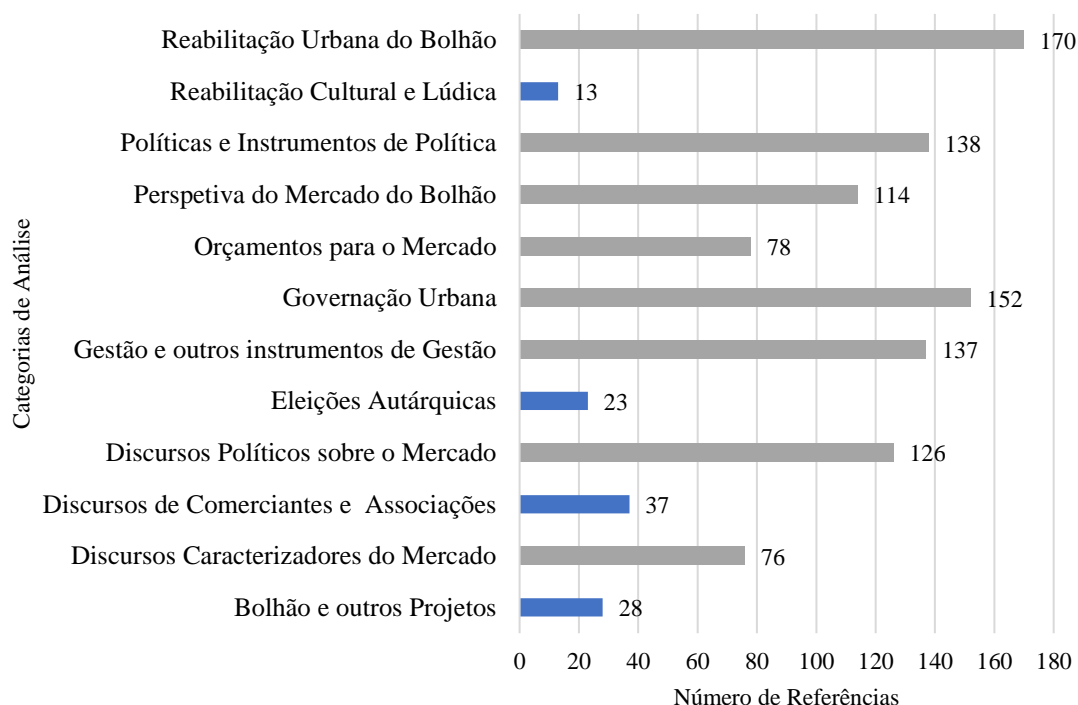
A par destes, os discursos sobre o estado de conservação do mercado demonstram um conjunto de preocupações associadas à prosperidade do mesmo - *Perspetiva para o [do] mercado*. Visualizado nesta mesma categoria estão assim refletidas um conjunto de

<sup>65</sup>Ressalvamos assim a importância das outras categorias que foram igualmente analisadas, mas que, contudo, não se destacaram com grandes valores relativamente ao título das notícias, optou-se assim pela análise das duas categorias mais dominantes, relevando um interesse associado à temática inerente ao início deste capítulo.

preocupações relativas à forma como o mercado é organizado, entende-se assim um conjunto de preocupações também ligadas à categoria descrita anteriormente, como também propostas ligadas à forma como seria possível ver o futuro do mercado no que concerne perspectivas de datas para o início das intervenções, exemplo desta mesma característica são assim promulgados em, “Operação Bolhão” prevê instalação de mercado provisório em 2015” (Patrícia Carvalho *in* Público 24 de outubro de 2014); “Projecto do Mercado do Bolhão vai ser apresentado amanhã” (Patrícia Carvalho *in* Público 21 de abril de 2015) e “Mercado temporário dos vendedores do Bolhão será no antigo Gran Plaza” (Patrícia Carvalho *in* Público 28 de julho de 2016).

Compreendida a dimensão categorial dos títulos, torna-se assim necessário analisar o seu conteúdo, retendo o destaque dos títulos mais predominantes. Deste modo, de forma geral, encontramos um conjunto de categorias predominantes nos conteúdos das notícias relativas à *Reabilitação Urbana do Bolhão*, *Governança Urbana*, a *Políticas e Instrumentos de Política*, *Gestão e Instrumentos de Gestão*, aos *Discursos Políticos sobre o Mercado* e por fim às *Perspetivas do Mercado do Bolhão*.

**Gráfico 7 Referência categoriais no conteúdo das notícias (2012a 2017)**



Fonte: Nvivo, 2018 (Público 2012- 2017).

Através do gráfico apresentado é compreensível que um conjunto de categorias em específico é assim destacável. Deste modo, as grandes temáticas do conteúdo mediático presente são refletidas tanto por eixos políticos - que subjazem uma relação intrínseca com elementos relativos à gestão do mercado - como igualmente em discursos caracterizadores do mesmo, como ao mesmo tempo, estabelecem uma relação direta com a reabilitação do mercado e as suas perspetivas, neste sentido, um cruzamento de informação é de extrema importância. Como tal, uma interpretação relativa a categoria *Reabilitação Urbana do Bolhão* releva assim a ideias de um cruzamento e de influência entre categorias, associadas a esta mesma, demonstrando a mutualidade dos discursos mediáticos, que como afirmamos, são alvo de múltiplas interpretações. Atestando esta mesma validade compreendemos, através da análise com o Nvivo, que quando falamos de Reabilitação Urbana do Bolhão referimos ao mesmo tempo um outro conjunto de categorias representadas pela tabela indicada.

**Tabela 2 Categorias associados à reabilitação urbana do Bolhão**

<b>Categorias do conteúdo mediático</b>	<b>Reabilitação Urbana do Bolhão</b>
Bolhão e outros projetos	10
Discursos caracterizadores do mercado	22
Discursos de comerciantes e associações	6
Discursos políticos sobre o mercado	40
Eleições autárquicas	8
Gestão e outros instrumentos de planeamento	42
Governança urbana	43
Orçamentos para o mercado	32
Perspetivas do mercado do Bolhão	39
Políticas e instrumentos de política	36
Reabilitação cultural e lúdica	8

Fonte: Nvivo, 2018. Elaboração própria

Estes resultados indicam a reciprocidade da mediatização política referente ao mercado, alguns exemplos particulares desta mesma relação podem ser assim lidos em:

*Correia Fernandes, vereador do PS na Câmara do Porto, também esteve ontem no local. Numa altura em que ainda não era conhecido o comunicado da DRCN, voltou a defender que era possível fazer uma remodelação mais barata do mercado do que a que está a ser projetada. (Aníbal Rodrigues e Patrícia Carvalho, “Um dia com duas notícias más para os comerciantes do Mercado do Bolhão” in Público, 4 de agosto de 2012)*

*Cátia Meirinhos, da empresa municipal GOP — Gestão de Obras Públicas e um dos rostos do Gabinete do Mercado do Bolhão, foi quem apresentou à vereação os dados mais recentes sobre o processo. Segundo a informação que levou à reunião pública, dos 91 comerciantes do mercado, 60 já transmitiram ao gabinete que vão transitar para o mercado reabilitado, depois de passarem pelo*

*mercado temporário que foi cará instalado no centro comercial La Vie. (Patrícia Carvalho, “Quase 83% dos comerciantes do Bolhão ficam no futuro mercado” in Público, 16 de novembro 2016)*

O mesmo pode ser encontrado quando estabelecemos um cruzamento com os Discursos Políticos sobre o Mercado, o que vem assim refletir esta mesma atitude de simbiose mediática<sup>66</sup> visível em:

*Reconhecendo que o Bolhão “constitui um equipamento emblemático da cidade do Porto”, a vereadora assume na proposta que “ainda não foi possível” avançar com uma solução, apesar de o município “ter encetado diligências e esforço no sentido da reabilitação do mercado”. A responsabilidade, acrescenta-se, é “da crise económica e do elevado valor do investimento necessário”. (Patrícia Carvalho “Redução de taxas mantém-se em 2015 no Mercado do Bolhão enquanto obras não começam” in Público, 24 de janeiro de 2015).*

Se por um lado, vemos uma ligação das categorias em relação a uma compreensão de caráter político, por outro vemos um outro grupo de caráter descritivo do mercado, destacando como tal as categorias as *Perspetivas do Mercado do Bolhão* (22), *Reabilitação Urbana do Bolhão* (22), *Discursos Políticos sobre o Mercado* (16) e *Governança Urbana* (15).

**Tabela 3 Categorias associadas à caracterização do Mercado**

<b>Categorias do Conteúdo Mediático</b>	<b>Discursos Caracterizadores do Mercado</b>
Bolhão e outros projetos	1
Discursos de comerciantes e associações	7
Discursos políticos sobre o mercado	16
Eleições Autárquicas	5
Gestão e outros instrumentos de planeamento	13
Governança urbana	15
Orçamentos para o mercado	4
Perspetivas do Mercado do Bolhão	22
Políticas e instrumentos de política	12
Reabilitação cultural e lúdica	5
Reabilitação urbana do Bolhão	22

Fonte: Nvivo, 2018. Elaboração própria.

Refletindo acerca dos dados, observamos que as maiores temáticas associadas aos *Discursos Caracterizadores do Mercado*, são as *Perspetivas do Mercado Bolhão*, a *Reabilitação Urbana do Bolhão* como igualmente, e entre outras, os *Discursos Políticos*

<sup>66</sup> Ao cruzar os dados tomando como a temática categorial principal os Discursos Políticos sobre o Mercado, vemos que foi assim possível referenciar como categorias dominantes e associadas a esta a Governança Urbana (37 referências); Gestão e outros instrumentos de Gestão (34 referências) e a Reabilitação Urbana do Bolhão (40 referências), estes mesmos resultados revelam a ideia afirmada de uma simbiose mediática dos conteúdos das notícias.



sobre o Mercado, como tal vemos assim associados a este mesmo um conjunto de temáticas de pendor político<sup>67</sup>, ora:

*O objetivo é que o mercado se mantenha como local de venda de produtos frescos função concentrada no terrado — abrindo-se a novos espaços de restauração no piso superior. O comércio do exterior do mercado também deve sofrer alterações, uma vez que o município pretende que as lojas voltadas para a rua sejam, preferencialmente, dirigidas ao mercado alimentar, o que não acontece hoje, na maior parte dos casos. (Patrícia Carvalho “Desviar linha de água sob o Bolhão custa 875 mil euros” in Público 27 de fevereiro 2016).*

Concluimos assim que as grandes categorias que encontramos em relação ao conteúdo mediático das notícias, revelam um forte caráter político, bem como um conjunto de discursos caracterizadores do mercado, associados assim a um inventário mediático com base nas preocupações políticas relativas a orçamentos para os projetos de reabilitação do próprio mercado, como igualmente de outros projetos, mas ao mesmo tempo afiguradas como um conjunto de promessas que pretendiam ser levadas a cabo pelos diferentes partidos, em especial durante as eleições autárquicas de 2013 e no ano anterior às de 2017, destacadas por um constante jogo de espera para o início do projeto de reabilitação do mercado, que apenas virai-a dar início em 2018, e que revelavam uma aproximação política mais direta às dificuldades do mercado, de forma a transmitir assim um parecer de preocupação quando comparado a outros anos<sup>68</sup>.

Ao mesmo tempo que desvendam mediatizações do conteúdo é por seu meio necessário interpretar a relação dos títulos com o conteúdo na criação do processo mediático do mercado. Como tal, guarnecidos com os dados interpretados do conteúdo temático das notícias e com a compreensão das categorias mais relevantes relacionadas com os títulos, denotamos que o processo de criação mediática é uma reiteração do mesmo. Então, os resultados presentes no gráfico abaixo indicado, refletem por si uma reiteração e reafirmação da predominância das temáticas gerais dos próprios títulos no conteúdo informativo da notícia, como ao mesmo tempo refletem as temáticas principais encontradas ao longo de todos os anos, nomeadamente, as temáticas que mais se destacaram foram as de características políticas, associadas às governações e aos

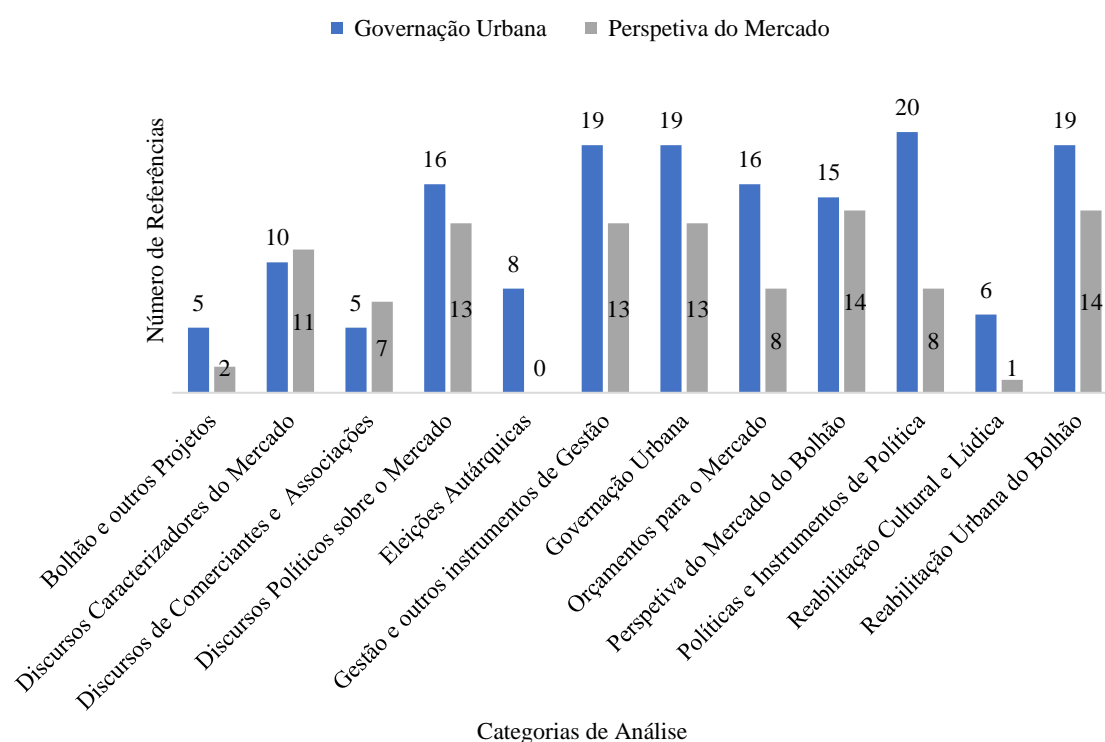
---

<sup>67</sup>Vejam os ainda este excerto,” A imagem do futuro Mercado do Bolhão foi apresentada aos comerciantes em Abril deste ano. Na altura, o presidente da Câmara do Porto, Rui Moreira, indicou que o concurso público para a execução do projecto seria lançado “depois deste Verão e que a obra será feita no menor prazo possível”. (Patrícia Carvalho “Novo túnel liga área técnica do Bolhão à Rua do Ateneu Comercial” in Público, 19 de setembro 2015).

<sup>68</sup> Esta mesma ideia pode ser assim expressa através do Anexo 16- Gráfico representativo das categorias do conteúdo por ano.

instrumentos [próprios] de política, como a preocupação descritiva do mercado em determinados momentos temporais, especialmente ligados a momentos de “tensão” relativa a atrasos no avanço do projeto e ainda, pelas diversas divergências políticas. Assim, a reabilitação urbana do mercado assume-se como um instrumento fundamental no processo de criação mediática do discurso político.

**Gráfico 8 Relação do Título das notícias (Governança Urbana e Perspetiva do Mercado do Bolhão) com as categorias do conteúdo**



Fonte: Nvivo, 2018. Elaboração própria.

Deste mesmo modo, compreendido o inventário mediático sobre o mercado, vemos assim uma ligação entre o título e o conteúdo informativo, esta mesma ligação é vista pela forma da notícia, lembrando assim que a maioria (84%) são apresentadas como sendo informativas, o que ressalva a necessidade da criação mediática dedicada e interligada com os acontecimentos, facto igualmente influenciador é a própria informação que é transmitida, sobre a qual enaltecemos que muita desta é inerente a notícias que se referem aos planos de orçamentos já existentes, como também à produção pré textual [notícia] da referenciação de programas de apoio à reabilitação. Ao mesmo tempo não

colocamos de parte as características do inventário mediático de Cohen (1992) em particular a característica das imagens, “Após a fase de construção do inventário interessa perceber como é que as suas imagens foram cristalizadas em opiniões e atitudes [...]” (in Guerra, 2002b: 22). Segundo este aspeto podemos então compreender que um padrão de imagens é usado de forma a apoiar determinadas mensagens no conteúdo textual da notícia, este mesmo revela-se como sendo caracterizador do estado de conservação do mercado, como ao mesmo tempo influenciador das dinâmicas sociais dentro dos limites do mercado, neste mesmo sentido, é compreensível a utilização de imagens como um forma de exaltação emocional e de captar a atenção do leitor para que compreenda o intuído da mensagem da notícia ao mesmo tempo que cria um conjunto de opiniões e atitudes perante a mesma (Guerra, 2002b)<sup>69</sup>.

Por fim, depreendemos uma característica particular dos discursos mediáticos, afigurada através das representações dos comerciantes e associações perante a forma como eles próprios percecionam os acontecimentos. Neste sentido, apesar de ser uma das categorias com menos referências (37) durante os 6 anos das publicações, estas refletem num primeiro momento contacto com os comerciantes indiretamente, servindo como base para outros pontos de análise e de construção de instrumentos analíticos de recolha de informação aplicadas nesta investigação. Antes mesmo de avançar com esta análise, é imprescindível referir que através desta exposição dos acontecimentos no mercado, relativos às intervenções no mesmo, foi possível estabelecer uma espécie de analepse e prolepse dos acontecimentos já decorridos e os futuros, como conseguinte, as leituras das intervenções realizadas no mercado, influenciaram uma necessidade de compreender o espaço enquanto produto físico, ao mesmo tempo que a análise mediática dos discursos referentes do mercado, proporcionaram uma ideia da posição do mercado na cidade, como ao mesmo tempo, forneceram um entendimento relativo às opiniões sobre o mercado junto do comerciantes.

Retomando assim a compreensão da análise mediática das notícias e em particular as que referentes às opiniões dos comerciantes e associações, revemos de forma simples que a maior parte destas apresenta-se com um carácter negativo e ao mesmo tempo de

---

<sup>69</sup> Exemplos dessas mesmas imagens são assim encarados como expressivos das estruturas de metal presentes no mercado afigurando assim uma zona em particular o demonstrando assim uma forma para que esta mesma característica seja possível de ser identificado, mas que, contudo, o ênfase não está assim associado ao mesmo naquele momento.

indignação, no que se refere aos discursos caracterizadores do mercado, aos discursos políticos e inclusive instrumentos de gestão e de política<sup>70</sup>, expressos como sendo,

*O comerciante, que é também presidente da Associação Bolha de Água — uma das duas associações de comerciantes do Bolhão —, diz que “o sentimento geral dos comerciantes é de indignação” e que estes não compreendem porque é que a câmara insiste num projeto que os obriga a abandonar o edifício, em vez de pôr em marcha o projeto de 1998 de Joaquim Massena, que permitia a realização de obra com a permanência de todos no edifício. Por isso, diz que após a ronda de reuniões individuais que está a decorrer, será convocada uma assembleia geral da associação para discutir medidas a tomar. (Patrícia Carvalho “Lojas do exterior do Mercado do Bolhão fechadas pelo menos 20 meses” in Público, 8 de setembro de 2016).*

De um modo geral, foi possível compreender que tais indignações comungavam com aspetos postulados pelo estado físico e pelas constantes incertezas relativas à data de início desta mesma operação, por outro lado a indignação passava igualmente pelas atitudes políticas tomadas- sendo estas alvo de críticas por parte de muitos comerciantes entrevistados- relativas às “intervensões” anteriormente realizadas e em particular com a colocação das estruturas de metal ainda no governo de Rui Rio, que para e segundo os próprios comerciantes foi “[...] um golpe fatal para estarmos assim [...]” (anonimo, 29 anos, comerciante do interior do mercado). Ao mesmo tempo que se revia incertezas e desânimos com a colocação e a necessidade de se deslocarem para um novo local temporário que viria a ser no centro comercial La Vie, aspeto tal que foi ouvido junto das comerciantes

e.: Acho péssimo já lhe disse... na altura e acho péssimo porque aquilo é umas catacumbas o senhor diga-me uma coisa o Sr. quantas vezes entro no LA VIE?

E: Muito poucas vezes...

e.: Faça uma coisa simples, aqui... aqui na baixa, já nem digo ir a parte alta da cidade... Boavista, parte baixa ou à Foz... nem precisa de ir as antas nem nada, faça aqui uma amostragem e pergunta aqui às pessoas que andam sempre aqui na baixa quantas é que entraram ali no Grand Plaza! Já vai ter a resposta... Sinto que a maioria das pessoas vai morrer lá não vai fazer negócio, acho que é prenúncio de morte... não de morte, de morte, acho que sim infelizmente, acho que a Câmara tinha outra disponibilidade, melhor tinha disponibilidade de gerir estas coisas de outra maneira, e na altura na altura nos como associação sugerimos três espaços (anónimo, 47 anos, comerciante do exterior do mercado).

Como tal, sumarizamos segundo as interpretações mediáticas sobre o mercado, características que são assim refletidas e repercutidas junto dos dados obtidos através da observação direta e das entrevistas semiestruturadas de histórias de vida que veremos

<sup>70</sup>Como tal foi possível de identificar um conjunto de referências associadas aos discursos dos comerciantes e associações nas categorias que subjazem a temática política e de gestão, sendo assim referenciados dos Discursos Caracterizadores do Mercado (7 referências); Gestão e outros instrumentos de Gestão (8 referências); Políticas e instrumentos de Política (7 referências), como igualmente às referentes ao próprio mercado e projeção futura, Perspetivas do Mercado do Bolhão (6 referências) e Reabilitação Urbana do Bolhão ( 6 referências).

assim analisadas. Concomitantemente é refletido um tipo de discursos informativos, fortemente impulsionado por aspetos políticos e governativos durante todos os anos das 6 publicações, aprimorando assim a interpretação que o mercado é tido com alvo de propaganda política, mas que fica aquém de uma interpretação real junto dos atores sociais de maior relevo, os próprios comerciantes, são assim o ponto mais central de perceber o mercado como um espaço vivo e com tradições e projeções de um inventário imaginário e social representativo deste mesmo atores.

## **Capítulo 6. Um percurso sociológico pelas socializações, memórias e vozes do mercado**

**Figura 14** Fotografia panorâmica do Centro do Mercado, Varanda do piso intermedio da Rua Alexandre Braga



Fonte: Rui Saraiva, 2018

### **6.1- O mercado como *palco* para as representações dos atores sociais**

Interpretados os discursos mediáticos sobre o Bolhão, revemos assim uma aproximação ao terreno. Como tal, as notícias criaram uma imagem mental do mercado. Perante o conteúdo apresentado e das imagens escolhidas de forma a caracterizar o mercado, foi possível perceber juntamente com os discursos dos comerciantes e das associações, que o mercado estava debilitado e que muitas das suas funções estavam assim em luto para com o lugar. Com esta mesma projeção espacial a partir do conteúdo mediático, revelou-se assim nas primeiras incursões ao terreno como verdadeiras e caracterizadores do momento atual do mercado, refletidas na compreensão espacial e interpretação cartográfica anteriormente descrita [capítulo 3]. Antecipado assim no mesmo capítulo [em 3.2 e 3.2.1] uma relação entre o espaço físico observado, bancas e a morfologia do mercado, convergem numa relação profundamente intrínseca com o modo de usufruição do espaço, como igualmente dos comportamentos decorrentes dos processos de socialização dos comerciantes e clientes. Após perspectivada uma compreensão cartográfica do mercado, decorrente da interpretação espacial do mesmo, emerge a necessidade de compreender o espaço como palco de representações das sociabilidades dentro do Bolhão. Muito mais que um edificado centenário e representativo da memória da cidade, o mercado é igualmente perspectivado por aqueles que nele veem o seu trabalho e por aqueles que o querem conhecer, como um local de

atitudes específicas decorrentes da sua necessidade, como igualmente da funcionalidade. A partir de uma representação dividida do mercado, olhando mais uma vez à sua morfologia estrutural, revê-se uma segunda oportunidade de representação cartográfica do que foi assim possível ser observado, partindo assim de uma exploração do aspeto físico para o aspeto mais humano do local. Ao mesmo momento que se revê assimilada a afiguração estrutural e a distribuição espacial dos serviços e os estados de conservação do edificado [mapa 3 e mapa 4], compreende-se a influência destes mesmos no decorrer da interação entre os indivíduos.

### **6.1.1. As atitudes e comportamentos**

Atendendo a uma divisão por pisos do mercado observamos que as interações são assim apreendidas com um maior número no piso inferior, contrariamente ao piso superior. Verificamos que no piso inferior, o número de interações visualizadas e registadas é superior às que se desenrolam no piso superior, sendo que tal aspeto poderá ser explicado através da estrutura física do mercado, ou seja, ao nível das galerias e a amplitude do espaço e pelo facto de não existirem estruturas de metal, como tal a interpretação assenta num processo cartográfico, associado assim a registos no diário de campo, à formulação de uma base de dados e à escolha de pontos estratégicos de observação<sup>71</sup> que facilitasse a interpretação dos dados, ressaltando a importância do estabelecimento de considerações acerca das atitudes, como estas sendo um conjunto de atitudes fortemente positivas<sup>72</sup> foram observadas por toda a área decorrente do piso superior do mercado, ao mesmo tempo que se revê uma maior concentração das mesmas nos diferentes acessos ao piso superior [mapa 5]. Criando assim uma mutualidade entre

---

<sup>71</sup>A escolha de pontos estratégicos foi interpretada pela dimensão do espaço decorrente como igualmente e a partir das reuniões com a Infográfica, que determinavam assim a interpretação dos diferentes comportamentos, atitudes e demais características olhando por um lado a distribuição dos serviços, como igualmente às características físicas do edificado [estado de conservação].

<sup>72</sup>Perante esta mesma necessidade de representar cartograficamente as atitudes que foram observadas no decorrer das incursões ao terreno interpretava-se assim à luz da análise qualitativa, um conjunto de atitudes que afigurava-se como Positivas- atitudes que refletiam uma ação no decorrer do espaço e do tempo que criavam assim um conjunto de alterações positivas nos diferentes espaços do mercado, neste sentido as Atitudes Negativas- criavam por sua vez um processo contrário às ações identificadas como positivas, um entendidas como- atitudes que refletia uma ação no decorrer do espaço e do tempo que criavam assim um conjunto de alterações negativa nos diferentes espaços do mercado, e por fim um conjunto de Atitudes neutras- afiguradas como uma não alteração do espaço e tempo não criando assim nenhuma interação que fosse destacavam como positiva ou negativa.



mapas sobre o sentido da interpretação espacial e humana do mercado [mapa 3 e mapa 5], revemos que esta constatação está assim interligada com a presença de serviços nos mesmo locais, refletindo assim uma interação não só entre comerciantes e consumidores, como igualmente entre os próprios comerciantes, que muitas vezes se deslocavam da sua banca para ir conversar com outros comerciantes vizinhos, atitudes assim registadas como

*Alguns comerciantes deslocam-se da sua banca para falarem com outros comerciantes, comum nos verdes e na parte superior (registo de campo dia 23- 02- 2018:16:00- 17:00); Uma comerciante do piso superior de fruta e legumes conversava com uma cliente (registo de campo dia 12- 03- 2018: 16:28- 17:45).*

No mesmo momento é possível ver que o número de atitudes positivas é assim acompanhado por um grande conjunto de atitudes neutras, algo consideravelmente importante quando percecionada a dimensão do piso superior. Uma característica associada este número considerável de atitudes neutras é assim aprimorado por um local com um determinado padrão de comportamentos, em particular o caso das fotografias e de um local de passagem, mas também permitia a visualização para o interior do mercado [piso inferior], com a característica particular de ser a entrada mais próxima a estação do metro homóloga [Bolhão], promovendo uma relação entre o mapa 5 e mapa 6 e registado como

*Um casal estava a tirar fotografias no piso superior do mercado junto ao passadiço e a banca de frutas na qual o senhor está a tirar fotografias junto de utensílios de trabalho (carrinhos de transporte de mercadorias e balanças) (registo de campo dia 23- 02- 2018:16:00- 17:00); Alguns indivíduos fotografavam o Mercado na entrada da rua Fernando Tomás e iam embora (registo de campo dia 8- 03- 2018: 11:00- 12:00).*

Seguindo o caráter estrutural do mercado, uma interpretação do piso inferior, revela por seu meio o mesmo tipo de atitudes já encontradas no piso superior, afigurando-se como sendo um piso fortemente caracterizado com atitudes positivas, influenciado por aspetos relativos aos serviços, em particular a presença de esplanadas, comércio de restauração e gastronomia tradicional e a sua concentração espacial, como igualmente a posição destas atitudes estar mais presente na zona das escadas de acesso pelo piso superior<sup>73</sup> e nas “ruas” centrais do mercado, onde se localizam os serviços anteriormente descritos. Tal é refletido por um espaço onde predomina um segundo padrão de comportamentos como diálogos [conversar], este mesmo é assim fortemente destacável no mercado, demonstrando por sua medida que é um espaço de diálogo entre diferentes

---

<sup>73</sup> Referente à entrada da rua Fernandes Tomás.

atores, um espaço que se apresenta mais procurado por quem visita o mercado, subentendido pelo tipo de comportamento encontrado, pela existência de estruturas como restaurantes e esplanadas, que promovem a fixação durante mais tempo no lugar, originando assim um prolongamento dos processos de socialização decorrentes do espaço,

*Na esplanada perto da banca das flores estava um grupo de 5 turistas sentados a conversar. Beber vinho e cerveja (registo de campo dia 12-03-2018: 16:00- 17:15); A esplanada com barris tem alguns indivíduos sentados a comer e a beber vinho (registo de campo dia 23-03-2018: 15:30-17:00).*

Tomando assim a mesma medida, vemos que um outro ponto que se destaca é o centro do mercado, relembrando o facto de deter a maior concentração de serviços em funcionamento, sobretudo as lembranças e souvenirs, como também a proximidade de bancas de petiscos e vinhos, revemos que por um lado as atitudes são positivas, seguidas de atitudes neutras, que, como no piso superior, estão assim conotadas como comportamentos específicos como a fotografia e passagem - ver e observar - e ainda dos diálogos (conversar) que foram observados e registados,

*Foi igualmente possível observar que muitas comerciantes entram em diálogo com os consumidores explicando o que são os produtos, bem como se pode denotar que consumidores que vão a mais tempo tendem a permanecer mais tempo nas bancas a falarem, observou-se um maior movimento junto ao centro e no corredor central que dava acesso a Rua Formosa. (registo de campo dia 20-02- 2018: 14:45- 16:00).*

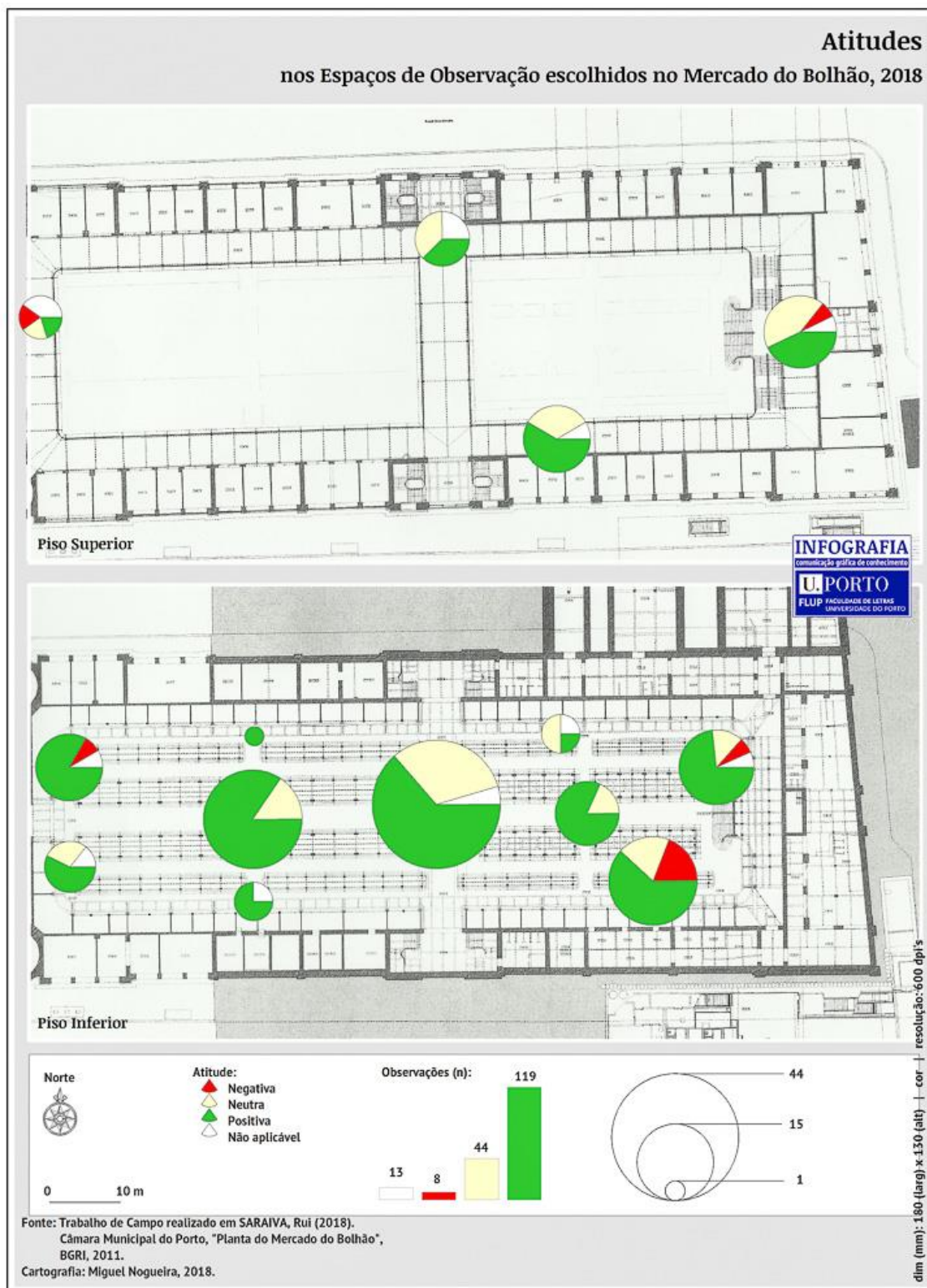
Na entrada pela Rua Formosa vemos que igualmente nos mapas 5 e 6, são apresentadas como zonas de diálogo em particular entre comerciantes de fruta, vinhos e queijos, centradas na rua de acesso principal ao centro do mercado, podemos afirmar que são zonas de atitudes positivas, apesar de se encontrarem algumas referências a conflitos entre as próprias comerciantes, ao mesmo tempo que se via tais atitudes perto das escadas de acesso ao piso inferior da Rua Fernandes Tomás. Tais atitudes eram assim compreendidas como sendo entre comerciantes, não se observando as mesmas em relação aos clientes, algo complementar é o facto de estas atitudes negativas serem curtas, entendidas como pequenos atritos momentâneos que rapidamente se resolviam, mas que contudo era assim algo de atrativo para os turistas.

Em suma compreendemos que o mercado é um espaço que possibilita um conjunto de sociabilidades positivas, depreendidas dos serviços que o delimitam, como tal, é por esta consequência que determinamos o mercado como um espaço propício a criar laços

sociais, tanto com os comerciantes como com os clientes, igualmente destacamos em particular as esplanadas, que não apenas possuíam funções de logística, estas mesmas eram utilizadas para o uso fora do contexto do próprio serviço, possibilitando assim que qualquer pessoa as pudesse usar de diferentes formas, e em particular destacamos o uso pelos comerciantes, que após fecharem as suas bancas, permaneciam neste lugares a conversarem com os funcionários do mercado, sendo que alguns pediam para “guardar” produtos que não comercializavam a outros comerciantes, episódios decorrentes como o facto de alguns comerciantes realizarem as sua compras quando o mercado já estava encerrado e ate mesmo pediam para reservar os produtos ,como anteriormente descrito,

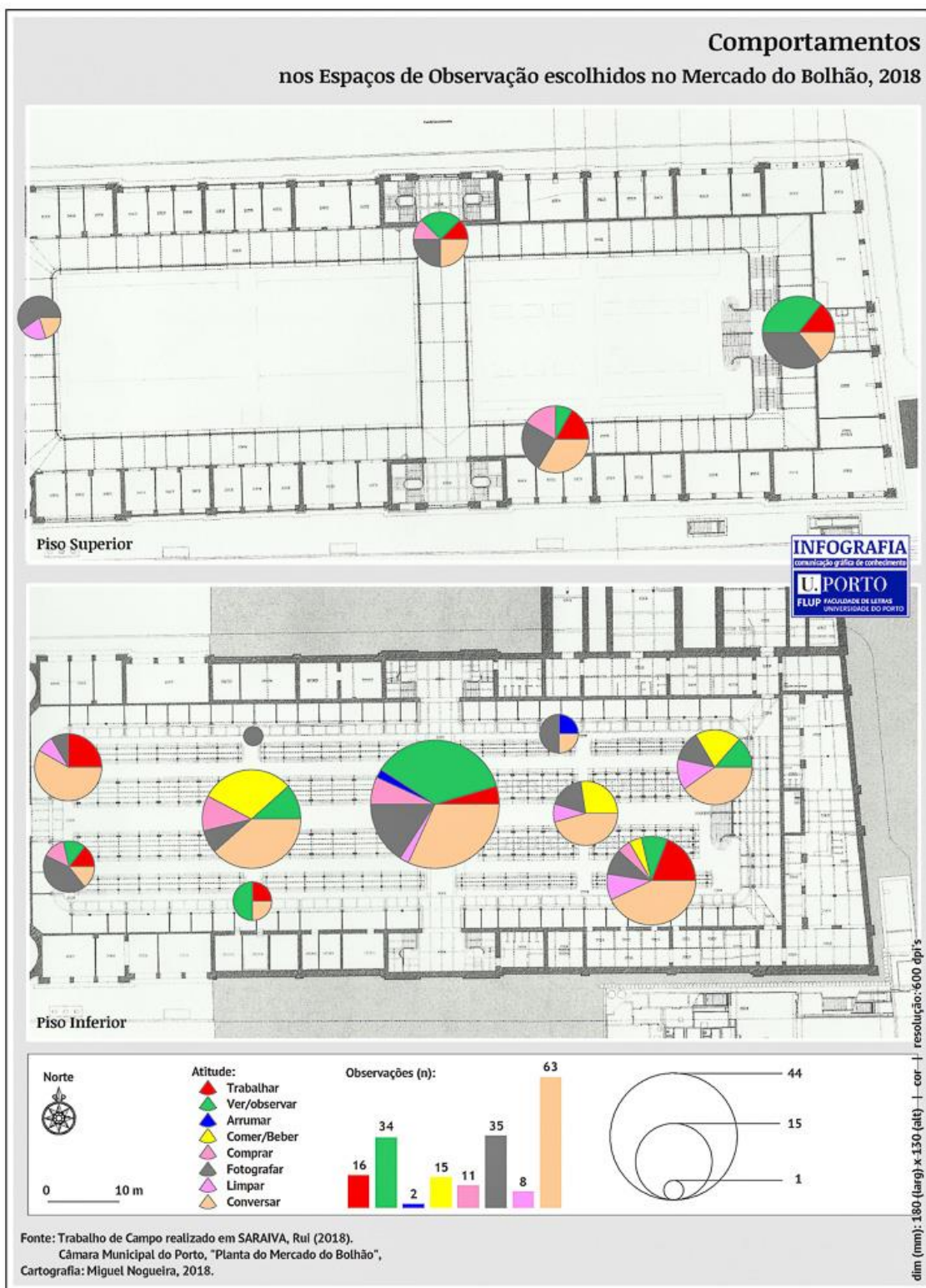
*A esplanada de vinhos estava cheia com gente sendo a única apesar de estar fechada (registo de campo dia 10- 04- 2018: 15:00- 16:00).*

Figura 15 Atitudes observadas no mercado por piso e por pontos estratégicos



Fonte: Elaboração própria

Figura 16 Comportamentos observados por pisos e por pontos estratégicos

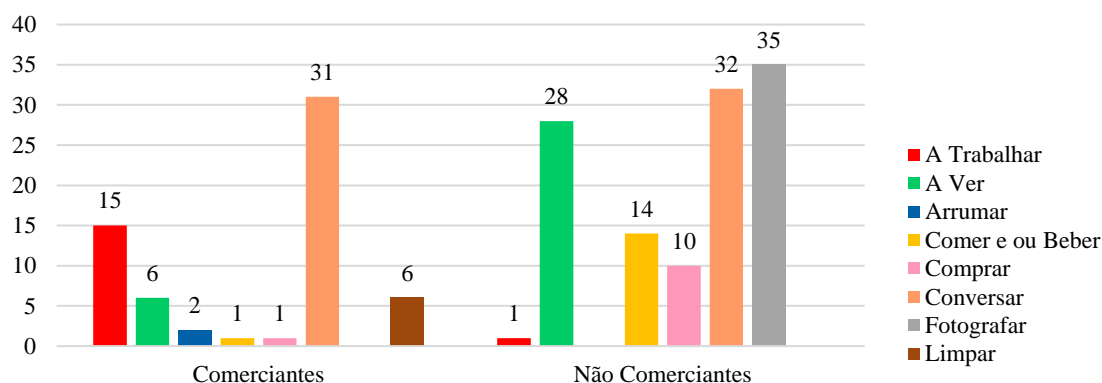


Fonte: Elaboração própria



Após percecionadas as atitudes decorrentes no espaço, uma análise mais detalhada dos comportamentos e dos modos de apresentação de si podem ser percecionadas a dois subníveis, por um lado os comportamentos decorrentes dos comerciantes e num outro aspeto os comportamentos observados dos não comerciantes [clientes/consumidores]. Apresentando graficamente estes mesmos comportamentos observamos assim que

**Gráfico 9 Comportamentos observados (comerciantes e não comerciantes)**



Fonte: Elaboração própria

Por um lado, registou-se um maior número de comportamentos nos comerciantes, como estando assim a conversar e seguidamente a trabalhar, este mesmo revê-se assim nos mapas anteriores, por uma predominância (em ambos os pisos) das conversas, muitas delas entre os próprios comerciantes e com os clientes, como seguidamente estarem a trabalhar. Ora se revemos assim que um dos comportamentos com mais destaque é o facto de os comerciantes estarem a conversar por um lado, este comportamento é compreendido como algo positivo, refletindo assim o facto que o mercado se assume como um polo de sociabilidades diversas com características positivas, mas por um outro é um comportamento preocupante, em certa medida esperávamos desde o início das incursões que comportamentos como a trabalhar e a comprar se destacassem dos demais (tanto nos comerciantes como nos não comerciantes), mas estes mesmo não se afiguram, o facto de o maior número ser a conversar, reflete uma preocupação visível no mercado destacada quando percecionamos junto dos não comerciantes o facto de estarem a conversar (32), a fotografar (35) e a ver (28) são os valores mais destacáveis. Isto leva-nos assim a interpretar que, por um lado as sociabilidades com os comerciantes são proeminentes, mas o espaço do mercado é apenas interiorizado como um espaço de recolha de memórias

temporais por parte dos não comerciantes. Esta mesma preocupação revela-se ainda mais profunda no caso do piso superior, onde são encontrados os maiores valores destas mesmas atitudes, algo preocupante devido ao espaço que este ocupa e ao número e diversificação dos serviços<sup>74</sup>, algo também alarmante no piso inferior, onde a concentração é alocada ao centro do mercado, com tipologias específicas de cada banca, em especial as de souvenirs, onde se observou o maior número de compras por parte dos não comerciantes, por oposição aos serviços de frescos e de carnes no mesmo piso. Assim, tal aspeto reflete assim que a tipologia inerente ao comércio tradicional explanados e interpretados nesta investigação por Fernandes *et. al* (2000), mostrando um maior interesse pelos serviços de souvenirs e de venda de vinhos do Porto, em detrimento da característica original do mercado como um mercado de venda de produtos de frescos. Esta mesma ideia é observável no mapa 6 [destacado a cor de rosa], e nas entrevistas realizadas, onde se ouviu o facto de muitos comerciantes afirmarem que, muitos dos seus pares alteraram a tipologia dos seus serviços, não referente à sua licença original, vejamos,

*Não... porque nos felizmente... no nosso ramo readaptamos novamente... as pessoas... vieram frutas novas... apareceram frutas novas no mercado... mas é assim o nosso cliente habitual esta habituada as frutas tradicionais digamos assim... nos hoje em dia não precisamos de mudar de artigo como muitas colegas mudaram para atrair o turista... o turista atraísse com umas saladas de fruta que nos fazemos agora... com os sumos naturais... temos essas frutas tropicais que veem... e isso é no suficiente para não termos que mudar de artigo... (anónimo, 34 anos, comerciante do interior do mercado).*

*E<sup>75</sup>: Porque no fundo houve uma certa alteração do mercado, uma adaptação por parte dos comerciantes? e.: Não é bem assim... como é que lhe vou explicar... não só os comerciantes, mas toda a cidade acabou-se por adaptar o que foi o BOOM de turismo é o geral... o mercado acaba por acompanhar a tendência... já era uma tendência que se notava a mais de 10 anos... e que possivelmente nos últimos 5-6 anos é que teve o seu expoente máximo, e então nestes 2-3 últimos anos foi um BOOM enorme e que o mercado sendo um edifício centenário que é... as pessoas acabam por circular por aqui e gostam de ver as caras mais típicas as formas de falar...(anónimo, 46 anos, comerciante do interior do mercado).*

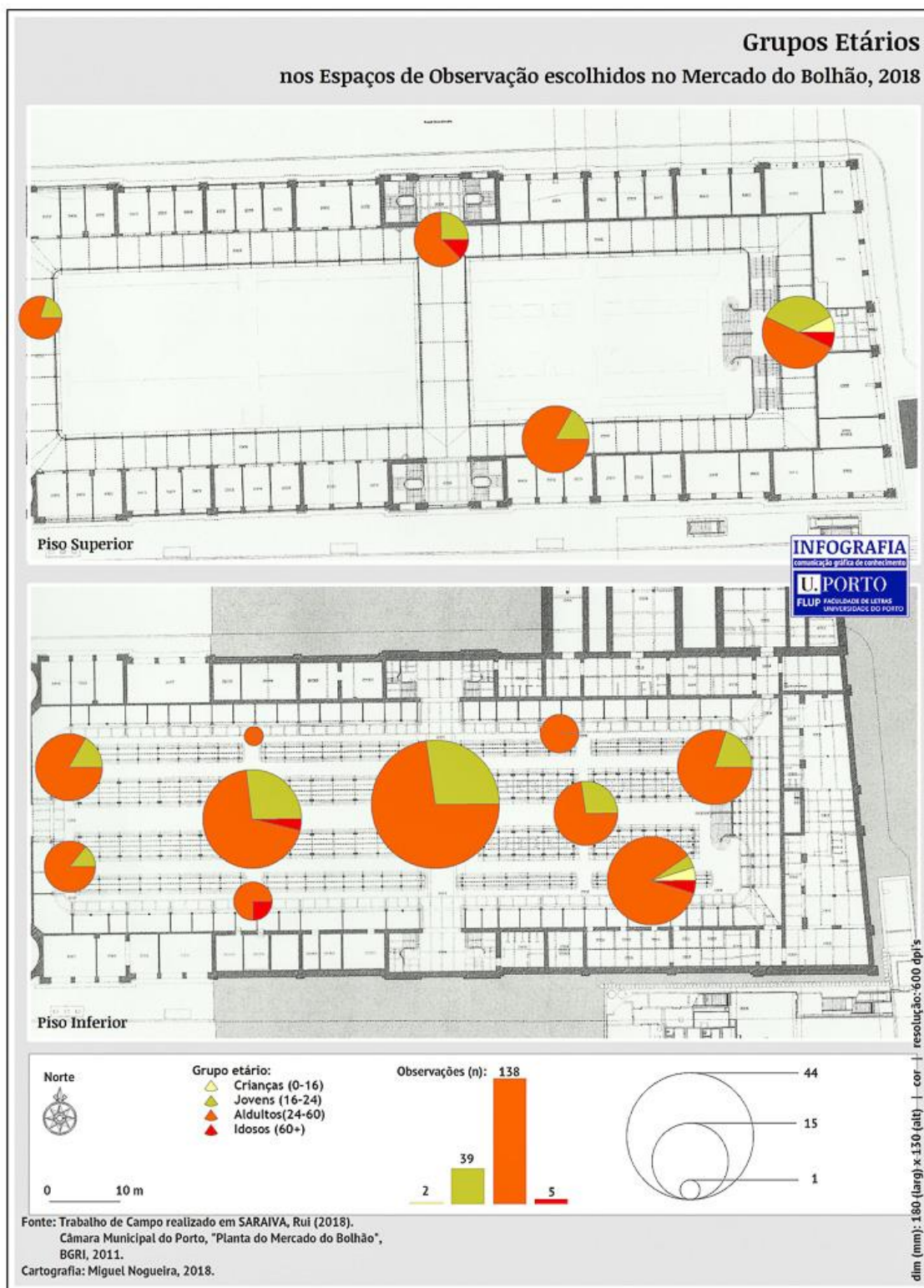
<sup>74</sup> Destacamos assim valores referentes a atitudes como fotografar (13) a conversar (7) a ver (6) e a comprar (3), mostrando assim que apesar de ser uma área mais pequena que o piso inferior, as atitudes que nele assim decorrem procedem uma maior influencia no espaço. Tal caracterizados como um lugar onde os comerciantes estão mais parados e sem clientes, e os que circular pelas galerias que circunscrevem o mercado penas a usam de foram a explorar o edificado.

<sup>75</sup> E: entrevistador; e: entrevistado.



## 6.1.2- Grupo etário e género

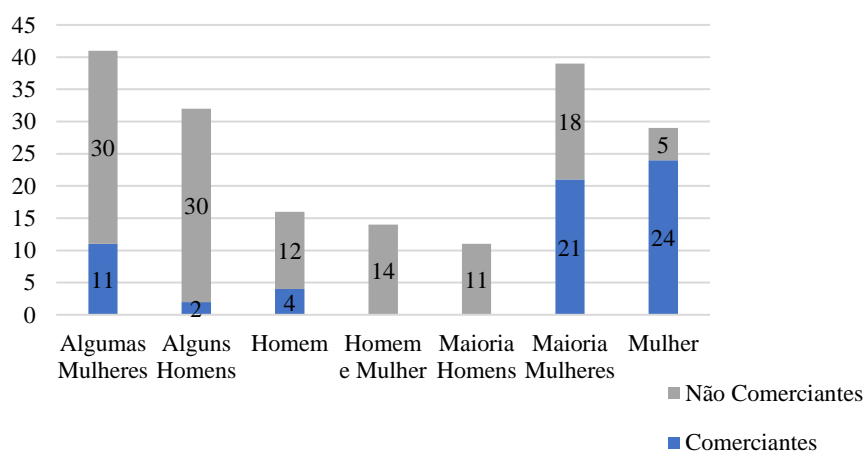
Figura 17 Distribuição dos grupos etários observados no mercado



Fonte: Elaboração própria

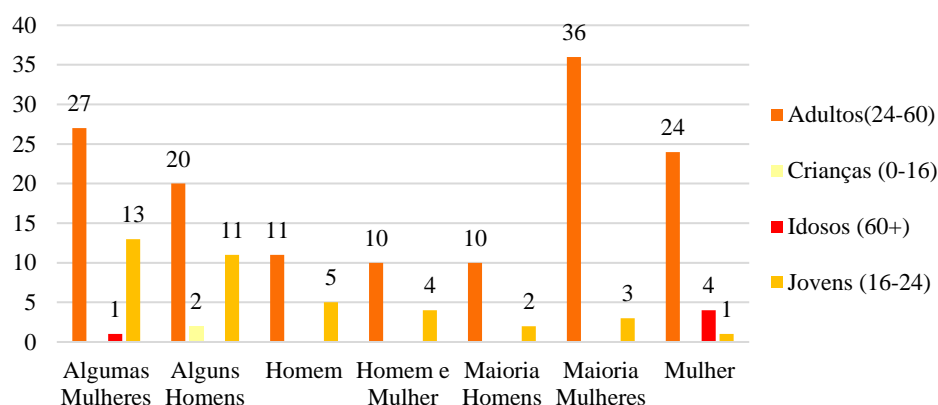
Compreender as atitudes e os comportamentos não pode ser um ato isolado de análise, e sobre tal uma reflexão sobre as atitudes e comportamentos têm algo em comum, o indivíduo que então realiza essa mesma ação. Aliado com um terceiro momento cartográfico possível de ser registado, observamos que no mapa 7 e através dos diferentes gráficos, vemos assim a distribuição etária dos indivíduos (comerciantes e não comerciantes) observados durante as incursões ao objeto de estudo. Partindo dos dados recolhidos e observados, vemos que a predominância dos grupos etários no mercado são refletidos por um maior número de adultos e de jovens ao qual foram contabilizados tanto os comerciantes como igualmente os não comerciantes, sobre um outro nível e já referido em particular aos comerciantes, o género com mais presença é assim o feminino, generalizado em todos os serviços existente, salvaguardo algumas tipologias como os talhos que eram assim exclusivamente masculinos e alguns homens nos produtos frescos e congelados, mas que contudo, estes eram assim observados esporadicamente, estando mais presentes as mulheres<sup>76</sup>.

**Gráfico 10 Aproximação do número de indivíduos observados segundo o género e a dimensão (comerciantes e não comerciantes)**



Fonte: Elaboração própria

<sup>76</sup> Partindo assim dos preceitos cartográficos e de gestão de informação dos dados, como igualmente um abordagem qualitativa sobre o aspeto sociológico, foram diferenciados um conjunto de categorias referentes a estes dados. Neste sentido deve-se compreender que, Homem e Mulher- são referentes a 1 elemento singular (1 homem e ou 1 Mulher); Homem e Mulher- são assim referentes a casais que se deslocavam pelo mercado (exemplo: “Um casal estava a tirar fotografias no piso superior do mercado junto ao passadiço” (registo de campo dia 23- 02- 2018:16:00- 17:00); Alguns homens e algumas mulheres, são assim referente a aglomerados de indivíduos em número reduzido (pelo menos 2+ pessoas), refletindo assim a mesma dimensão que a categoria anterior mas que contudo e contabilizados como 5+ indivíduos observados no mesmo espaço.

**Gráfico 11 Grupo etário por aproximação à dimensão do género**

Fonte: Elaboração própria.

Ao mesmo tempo que visualizamos que o sexo feminino é o mais representativo por todo o mercado, em relação aos comerciantes observamos que a distribuição etária dos mesmos é predominantemente encontrada entre os adultos e alguns idosos. Esta informação reflete um dado assim patente nas entrevistas, onde muitas das comerciantes que foram entrevistadas receberam a banca como uma herança familiar, onde ainda hoje trabalham, apesar de algumas delas terem sofrido alterações na sua funcionalidade original, ao mesmo tempo que reflete o facto de o mercado ser caracterizado por raízes familiares dentro do tipo de comércio tradicional, ponto assim referido por Fernandes *et al* (2000) no seu quadro conceptual das tipologias de comércio [tradicional e moderno].

Se por um lado os atores sociais mais enraizados no mercado [comerciantes] apresentam-se como destacáveis em relação ao género e ao grupo etário dos mesmos, influenciado assim pela gestão familiar das bancas deixadas a herança, por outro uma olhar mais profundo sobre os não comerciantes, revela por seu lado que o mercado é assim fortemente utilizado por adultos e jovens, como ao mesmo tempo, a temática do género é similar em ambos, entrando assim um uso do mercado idêntico para ambos os géneros. Contudo a interrogação mais profunda é assim reveladora da forma como estes utilizam o espaço, ora se no ponto anterior revemos as atitudes e os comportamentos, neste mesmo subponto, observamos assim quem realmente são os atores que efetuam tais comportamentos. A partir de uma perceção do grupo etário- em destaque no caso dos não comerciantes- observamos que de forma análoga os pontos referentes no mapa 7, 6 e no

mapa 3, refletem assim uma compreensão dos comportamentos, tanto dos jovens e dos adultos, nos mesmos pontos referentes das atitudes e dos comportamentos, como igualmente de disposição da oferta dos serviços. Subentendido como tal, a concentração destes grupos etários é apoiada pela qualidade dos seus comportamentos destacados como a *Ver*, a *Conversar* e a *Fotografar*. Podendo ainda assim salientar-se que no caso dos jovens os comportamentos mais recorrentes são: *Fotografar* (17) a *Comer e ou a Beber* (8) e *Conversar* (7), já no caso dos adultos estes assumem-se como *Conversar* (53), a *Ver* (25) e *Fotografar* (18)<sup>77</sup>,

*Alguns jovens paravam para olhar para os produtos e comentavam os mesmos.* (registo de campo dia 12-03-2018: 16:28- 17:45); *Os turistas mais jovens passavam e tiravam fotos ao mercado.* (registo de campo dia 14- 03- 2018: 12:00-13:45).

E sobre o caso específico dos adultos: *Junto à senhora da fruta do piso inferior do lado direito um grupo de indivíduos estavam parados a ver os produtos que tinham comprado e a conversar* (registo de campo dia 14- 03- 2018: 12:00-13:45). *Os turistas circulavam mais devagar dentro do espaço e paravam algumas vezes para verem os produtos* (registo de campo dia 8- 03- 2018: 11:00- 12:00).

Em suma, esta mesma análise remete assim para um ponto de extrema importância da investigação decorrente, o objetivo da interpretação dos dados apresentados e a sinergia inerente a cada um e ao sentido mais abrangente do mesmo, revela a necessidade de contrapormos as interpretações realizadas a favor ou contra as nossas hipóteses teóricas. Conferimos destaque às seguintes asserções: *A restauração, reabilitação interna do Mercado terá novas consequências sobre a disposição do mesmo criando valência, não associados à tipologia de comércio tradicional* (Fernandes *et. al.*, 2000) *que lerá o mercado a acolher novos grupos sociais* (hipótese teórica 4); e *a alteração morfológica e espacial do mercado, com a perda de algumas funções bem como a alteração espacial da mesma terá consequências sobre os modos de uso dos espaços e por sua consequência nos modos de socialização dos comerciantes, bem como com o clientes e acessibilidades para os mesmos* (hipótese teórica 5). Partimos a favor da primeira hipótese apresentada, dado que através das leituras das memórias descritivas apresentadas pela CMP e pelas incursões realizadas ao mercado, a visualização descritiva e perceção do estado físico e social do mercado hoje decorrente, revela por si um propósito assinalado como uma alteração tipológica do comércio em características específicas apontadas por Fernandes

---

<sup>77</sup> Gráfico disponível em Anexo 17- Gráfico relativo aos comportamentos pelo grupo etário (não comerciantes).

*et al.* (2000), na medida em que o mercado virá assim receber um conjunto de alterações estruturais, como por exemplo a segmentação de piso para melhor acesso ao interior do mercado, como também a transformação, percecionada como integração (Broudehoux, 1994), de um conjunto de espaços existentes, renovando assim a sua configuração inicial, exemplo disso é possível de ser percecionado nas imagens que demonstram que o antigo matadouro de aves - que irá servir de passagem para a estação do metro- outro aspeto a ser alterado é assim a criação de pisos suplementares e de lojas de restauração, igualmente expresso pela imagens fornecidas pela CMP, onde se visa uma alteração espacial das mesmas, em específico na localização ainda atual do mercado, como tal veremos como consequência uma alteração dos modos de sociabilidade do mercado, que se foram fortemente afigurando através das observações da relação que os serviços detém com os comportamentos dos indivíduos tanto comerciantes, como não comerciantes. Por conseguinte e tomando nota do quadro de Fernandes *et al.* (2000) revemos que um conjunto de novas características esta assim associada ao “Novo” Mercado do Bolhão, em particular, como um lugar de experiências de consumo, decorrente das novas lojas e da realocação dos restaurantes, a acessibilidade, com pontos de acesso aos diferentes patamares do mercado, por exemplo passagens cobertas, e a diversificação de oferta igualmente associadas as novas valências projetadas.

Sobre a segunda hipótese teórica, revemos como consequência da alteração morfológica do mercado, as formas sociabilização no interior do mercado que serão assim alteradas, contudo não devemos conotar de imediato uma atitude de pendor negativo, esta mesma alteração poderá trazer consigo uma mudança dos comportamentos, estabelecidos como padrão dentro do mercado e percecionados como atitudes fugazes a funcionalidade do mesmo, inicialmente projetávamos e antecipávamos encontrar um conjunto de comportamentos padrão num mercado de frescos, especialmente o de compra de produtos- algo que não se viu no mercado, em detrimento de comportamentos fugazes e passageiros por parte de não comerciantes, esperando assim que estas mesma alterações e que o projeto que o mercado aguarda revitalize o que inicialmente era assim esperado. Contudo a atitude negativa que poderá ser decorrente do mesmo prendesse com a standardização dos comportamentos dos indivíduos, sobre o facto de apenas o diálogo ser feito pela compra e venda, não albergando assim um conhecimento particular e

histórico junto do mercado e junto dos comerciantes, criando assim apenas laços subjacentes apenas ao ato de compra.

## **6.2 A voz do mercado: das memórias aos sentimentos, passando por simbologias**

### **6.2.1. Interpretação sociodemográfica**

Se compreendermos que as incursões realizadas pretenderam dar um destaque ao que foi observado e registado sobre o mercado, dando assim voz à sua forma física, quer dos espaços quer dos comportamentos, por outro lado, os atores que fazem com que o mercado não seja apenas uma *reliquia física* da cidade, mas sim uma interpretação profunda das tradições e dos costumes desta própria, devem ser ouvidos e compreendidos sobre o porquê do Bolhão fazer parte das suas memórias e heranças familiares, como ao mesmo tempo ouvir a sua opinião, sobre o espaço que consideram como um elemento do seu seio familiar. Como tal as entrevistas semiestruturadas de histórias de vida, são assim a técnica que nos permitiu compreender os sentimentos por parte dos comerciantes do Mercado do Bolhão, ao mesmo tempo refletem uma abordagem da sua história no mercado, de que forma é este mesmo enraizado no seu seio familiar, como igualmente representa a voz das preocupações que se fazem sentir ao processo governativo do plano de melhoramento e renovação do mercado. No decorrer da análise das entrevistas, esta visou a utilização de programas de análise de dados qualitativos (Nvivo) que permitissem compreender o enredo das memórias de cada comerciante através de um conjunto de categorias colocadas para sua compreensão<sup>78</sup>, ressaltando neste sentido uma abordagem qualitativa das mesmas, e sobre a qual pode ser interpretada de múltiplas formas devido ao próprio carácter inerente à metodologia. Sobre os mesmos moldes que decorrerem nos capítulos e subcapítulos anteriores, a apresentação da informação das entrevistas realizadas revela por conseguinte.

---

<sup>78</sup> Anexo 18- Quadro das categorias de análise das entrevistas semiestruturadas de histórias de vida dos comerciantes.



**Gráfico 12 Distribuição do género no mercado (total) e tipo de comerciante**

Fonte: Elaboração própria

De um total de 17 entrevistas realizadas, cinco foram realizadas a homens e doze a mulheres, algo que já afirmamos estar relacionado com a presença feminina enquanto comerciante. Contudo podemos ainda apontar sobre esta apresentação sociodemográfica dos dados que foram realizadas entrevistas a comerciantes de artesanato (3); comerciantes de aves (1); comerciantes de pão (1); comerciantes de peixe (2); comerciantes de produtos frescos (3); comerciantes de sementes (1); comerciantes de vinhos doces e salgados (3) empregados de restauração (1); ourives (1) e relojoeiros (1), ao mesmo tempo que se interpretou uma média das idades de 51 anos onde o comerciante mais novo tinha 24 anos e o mais antigo 82 anos.

### 6.2.2. Trajetórias dos comerciantes ou o peso simbólico da juventude

Guarnecidos com esta mesma caracterização, um conjunto de prerrogativas revela-se com uma interpretação decorrente das trajetórias e histórias de vida dos comerciantes no seu leque mais abrangente, como tal foi possível interpretar que muitos dos comerciantes, desde muito jovens, tinham uma ligação afetiva com o mercado do Bolhão, que foi assim transmitida pelos seus ascendentes [familiares], e que durante as entrevistas foi possível compreender o peso simbólico que o mercado mantinha nas suas memórias. Apesar de alguns comerciantes não terem ingressado no Mercado desde a sua infância, vinham para este mesmo local nos seus tempos livres, demonstrando assim uma familiaridade com o espaço, algo caracterizador do mesmo é assim revelado pelo facto de muitos comerciantes afirmarem que depois da escola iam para a beira dos pais no mercado, para junto das suas bancas até o mercado encerrar, e que muitas vezes ajudavam os seus pais na lidas do mercado, memórias descritivas como as apresentadas, refletem



assim este primeiro contacto dos agora comerciantes no mercado e a sua infância dentro do mesmo

*Como lá esta... eu fui criada aqui... e a minha mãe fazia feiras na altura a minha avó esteve lá em cima... mesmo a minha avó... já teve 75 anos aqui... e a minha mãe ia para as feiras... e eu ficava lá em cima... no andar de cima... pequenina... ainda bebé... e a minha avó é que olhava por nos aqui... tanto a mim como a minha irmã... entretanto a minha irmã quis seguir a vida dela... quis ir estudar... e andou... e eu fui a única que não quis seguir os estudos... pronto como fui muito habituada a isto... e a este ambiente e tudo... qualquer coisa eu era para vender... eu só queria vender... só queria fazer negocio... não me interessava a escola (anónimo, 55 anos, comerciante do interior do mercado).*

*Sim, sim...eu pequenina lembro-me porque antigamente...eu tenho uma coisa gravada na minha mente...antigamente o compasso a gente fecha á segunda de Páscoa e ele vem à terça, mas antigamente ele vinha sempre à segunda e eu lembro-me de a minha avó nos trazer nessa altura aqui à segunda-feira para ver o compasso, tenho isso gravado na minha mente. (anónimo, 56 anos, comerciante do interior do mercado).*

*Ah tenho aqui histórias, da nossa atividade que eu assisti, eu era miúdo, já venho desde os 7-8 anos para aqui e assisti coisas engraçadas e outras mais sérias, ate com o meu avô. O meu avô, era uma pessoa muito dada ao diálogo e era um comunicador nato, gosta muito de atender o cliente, e via não só um cliente como um amigo e tenho um episódio uma vez menos simpática, de acordo com a postura dele que era uma pessoa até muito bem-disposta, teve ali uma vez uma situação pouco simpática (anónimo, 47 anos, comerciante do exterior do mercado).*

Neste sentido os discursos apresentados demonstram uma construção mental do simbolismo que os próprios guardam no mercado, como referido é assim ouvido que o mercado é algo marcante na infância de cada um dos comerciantes, ao mesmo tempo que a carga simbólica é construída desde tenra idade, igualmente os sentimentos de pertença no espaço são assim delineados e moldados. Que como tal a interpretação desta influência no comerciante revela assim a criação da hipótese teórica- *A reabilitação do Mercado do Bolhão levará à perda de memórias e histórias junto dos comerciantes no Mercado, pela sua realocização e reposicionamento temporário dos comerciantes.*

Ao mesmo tempo que percebemos as diretrizes desta carga simbólica, interrogamo-nos acerca da construção identitária de cada comerciante, esta intenção compreende assim a forma de como a memória destes episódios para cada comerciante influência a sua formação com individuo e comerciante. Por outras palavras a interrogação presente à receção destes excertos formulasse sobre como é que a memória cria a identidade social do individuo [comerciante] para o mercado “Se podemos dizer que, em todos os níveis, a memória é um fenómeno construído social e individualmente, quando se trata da memória herdada, podemos também dizer que há uma ligação fenomenológica muito estreita entre a memória e o sentimento de identidade” (Pollak, 1992: 5). Como tal, Pollak (1992) reflete sobre a forma como a memória cria o sentimento

de identidade no indivíduo e a formulação necessária para essa criação, antecipando assim este enredo teórico, podemos admitir uma ligação destas memórias descritivas das histórias de vida dos comerciantes com os sentimentos de pertença do lugar no seu inventário descritivo sobre o mercado. Olhando assim para a teoria de Pollak (1992), observamos que

“Nessa construção da identidade (...) há a unidade física, ou seja, o sentimento de ter fronteiras físicas, no caso do copo da pessoa, ou fronteiras de pertencimento ao grupo, no caso de um coletivo; há a continuidade dentro do tempo, no sentido físico da palavra, mas também no sentido moral e psicológico; finalmente, há o sentimento de coerência, ou seja, de que os diferentes elementos que formam um indivíduo são efetivamente unificados. De tal modo isso é importante que, se houver forte rutura desse sentimento de unidade ou de continuidade, podemos observar fenômenos patológicos. Podemos portanto dizer que a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva” (Pollak, 1992: 5).

A partir deste enredo teórico, e revendo assim esta linha teórica de Pollak (1992) aplicado ao mercado, deparamo-nos que podemos interpretar o mercado como um grupo, como tal este grupo é assim formado por um conjunto de indivíduos que veem neste mesmo local um percurso passado e futuro, ao mesmo tempo que tomam assim consciência do outro. Este ponto é basilar para a formulação do indivíduo e para a construção da memória e da identidade, ao mesmo tempo que tomam consciência do passado, interpretando assim como as vivências de quando eram mais jovens assumem um confronto com a realidade presente em relação ao mercado. Neste sentido, o outro pode ser compreendido como os familiares e os comerciantes em sua volta, ao relembrar os episódios anteriormente descritos tendo assim em vista a projeção espacial do novo mercado, a criação própria do- *Ego comerciante do Bolhão* – revê uma projeção das memórias históricas retidas em cada comerciante como uma identificação própria do lugar futuro, refletido a partir da memória pessoal do espaço antecessor. No fundo, a construção identitária a partir das memórias, assenta no passado, presente e no futuro, adaptando assim a teoria de Pollak (1992), a criação identitária dos comerciantes do mercado revê-se a partir da dualidade do passado e do futuro, sobre o qual estas memórias permaneceram no espaço do mercado como uma reflexão da identidade do mesmo, atribuído assim um conjunto de sentimentos pelo espaço e de pertença do mesmo, como igualmente postulam a criação do - *Ego comerciante do Bolhão*.

Compreendida a postulação teórica do processo de criação identitária dos comerciantes, a compreensão para a resposta à nossa hipótese teórica é assim perceptível pelo sabor da importância que o mercado cria na descrição afetiva e identificação pessoal

e coletiva dos comerciantes em relação ao mercado, deste modo, uma interpretação sobre esta perda de memórias e histórias afetivas sobre o mercado, pode ser marcada pela transformação física do lugar e de elementos específicos e alusivos a determinadas memórias, mas que contudo sobre um aspeto mais humanista do mesmo, e revelando uma dificuldade operativa irá se rever a necessidade de revoltar ao mercado de modo a compreender a interpretação social sobre o espaço, demonstrando uma das dificuldades operativas sentidas.

### **6.2.3. Os sentimentos do *Ego* [comerciante] pelo mercado**

Ao compreendermos a forma como as memórias criam assim um sentimento de identidade por parte dos comerciantes sobre o mercado, demonstram um conjunto de sentimentos que se revelam como sendo de pertença ao mesmo, nesse sentido compreendemos que os sentimentos de pertença estão assim associados com as histórias decorrentes no mercado, bem como um conjunto de descrições sobre o mesmo. De modo semelhante ao ponto anterior, a memória descritiva é assim postulada e exaltada pelos comerciantes, como percursora dos sentimentos afetivos pelo mercado, ao mesmo tempo que o mercado é compreendido como uma herança no seio familiar, que em parte esta é impingida por acontecimentos próprios decorrentes dos trajetos dentro deste mesmo, como igualmente é assim explanado por uma vontade própria de se enraizar cada vez mais com o mercado, como igualmente de sacrifício próprio para a família e mercado,

*Mecânico... era o meu sonho... Eu tenho uma história muito engraçada que foi, quando deixei de estudar de dia, ia-me inscrever na Salvador Caetano era no fundo desemprego de Gaia (...) na altura eramos 200 e tal pessoas e os 20 primeiros é que conseguiam entrar na Salvador Caetano, e eu (...) estava ali na esplanada e ligaram-me a dizer que consegui a vaga. Como é... como é... quer vir... na altura a minha mãe tinha acabado de despedir dois funcionários... e só estava eu e a minha mãe aqui... então opção A- Mando f\*\*\*\* o meu sonho ou ajudo a minha mãe... opção B... ajudo a minha mãe... porque ela sempre me ajudou em tudo, nem me arrependo de nada atenção (anónimo, 29 anos, comerciante do interior do mercado).*

*Era da minha avó... portanto aqui eram feitos ramos de flores, no qual que fazemos as provas e acaba por ser... e a minha avó sempre disse dos primeiros tempos que vinha cá para o mercado... porque eu antes de abrir este negocio já dava continuidade a negocio das flores criado pela minha avó... que passou para a minha mãe ... e eu entreguei o projeto depois de fazer o estagio de recursos humanos na empresa e de implementar um sistema de recursos humanos nessa empresa... mas achei que dar continuidade ao que a minha avó tinha criado achei-lhe piada mas pronto seria um projeto mais aliciente do que seguir um projeto de outros... E: No fundo esta banca é uma herança para si? e.: É uma herança daquilo que quero dar continuidade. (anónimo, 38 anos, comerciante do interior do mercado).*

Se por sua medida a interpretação dos excertos das memórias apresentadas realçam a entrega de cada comerciante ao mercado bem como a sua família, ao mesmo tempo refletem a importância que o próprio mercado emana para os mesmos, realçando assim a sinergia entre o espaço e comerciante, refletido por sua vez nos seus sentimentos de pertença ao mesmo espaço, como igualmente a mesma criação identitária do – *Ego comerciante do Bolhão* – como tal a compreensão dos sentimentos de pertença demonstram a importância decorrente que o mercado assume na cidade, demonstrando assim, muito para além de um ponto geográfico, que o mercado é gerador de memórias descritivas particulares, a sua própria cultura, como uma janela aberta para exportação das tradições originárias da cidade do Porto. Estabelecendo assim um ponto divisório à interpretação dos sentimentos de pertença ao mercado, afiguramos sobre uma análise mais positiva do mesmo como o facto, que já anteriormente referido, o mercado ser projetado a uma descrição dos sentimentos positivos de pertença de cada comerciante à sua própria biografia histórica [dos comerciantes] e que o próprio edificado cria nestes mesmos e na cidade, como sendo,

*Sim... Quando o senhor fizer uma entrevista a uma, duas, três pessoas daquelas assim de maior peso dentro do mercado, vai sentir, vai ter a perceção que houve filhos e netos criados aqui dentro do mercado. Portanto isto são histórias, são... como e que ei de lhe dizer são tradições, são simbologia que se transmitem de geração para geração que se tem muito significados, no meu caso não tenho o peso como se calhar outros comerciantes que tinham menos capacidade económica e que tinham que trazer para aqui os filhos e que tinham aqui o seu ganha-pão não é, portanto eu felizmente os meus pais tinham outra capacidade e não necessitei de estar aqui o dia todo como muitos meninos que iam para as aulas e a seguir vinham para aqui estudar e tinham que esperar pelos pais. (anónimo, 47 anos, comerciante do exterior do mercado).*

*Exatamente. Quando eu vim para aqui eu ainda não tinha o meu filho e quando o meu filho nasceu esteve aqui comigo durante meio ano, aqui na cadeirinha ao balcão, chorava e gritava e as clientes pegavam nele. Lá está, é uma relação que só no mercado é que existe. Tu não vais a uma Zara ou a uma Pull&Bear e não vês isso (risos). “Olhe, desculpe, não se importa de pegar no meu filho um bocadinho?” ou “ó minha senhora, quer que lhe pegue um bocadinho no bebé enquanto você está a fazer o embrulho?”. Pronto, eu tive o meu filho aqui comigo durante meio ano, tirando os dias em que ele estava doente e não ia para o infantário. (anónimo, 48 anos, comerciante do exterior do mercado).*

Se por um sinal a interpretação positiva dos sentimentos de pertença dos comerciantes ao mercado refletem um passado e presente afetivo do espaço, uma interpretação negativa espelha um sentimento decadente sobre a mesma ótica. Contudo, tal interpretação negativa, não pretende vigorar o desgosto das memórias anteriormente descritas, mas sim uma interpretação pela negatividade da alteração das mesma inerentes ao espaço e criação do imaginário que foi criando no passado e alterado para o presente. Segundo tal, hipótese teórica avançada como, -*A reabilitação do mercado ira criar a*

*perda de memórias individuais dos comerciantes bem como das tradições inerentes ao espaço social do mercado, bem como alterações do imaginário do edificado.* Ora se anteriormente, referíamos que o espaço físico, neste caso o do mercado, servia como pilar da criação da identidade (Pollak,1992) como- *Ego comerciante do Bolhão*- podemos agora afirmar que no entender da investigação a reabilitação do mesmo, bem como a alteração dos aspetos morfológicos que tem vindo ser afirmado desde o início do trabalho de investigação, iram contribuir, não necessariamente, para a perda todas das memórias descritivas, mas sim uma alteração das mesmas. Deste mesmo modo, as tradições e descrições inerentes ao espaço físico e social do Bolhão, estas sim vão-se perder pois a partir do momento em que o mercado sofre alterações estruturais, isto é, no edificado, o imaginário decorrente dos comerciantes vai também ele sofrer alterações. Estes aspetos não se aplicam apenas no interior do mercado, mas também no seu exterior, nomeadamente nos comerciantes que foram entrevistados no exterior do mercado, mas também no imaginário da população portuense. Através dos discursos dos entrevistados e dado que este era um aspeto essencial da nossa investigação, conseguimos ter acesso a depoimentos descritos que por si só demonstravam as alterações que o mercado sofreu ao longo dos anos, vejamos,

*De madrugada logo já estava cheio de gente...a altura do Natal as camionetas vinham com as pencas de Mirandela e aquilo pareciam prédios e andares cheios de pencas ali a descarregar...os porcos que aqueles homens antigos...até parece que os estou a ver por estas escada abaixo descalços e com os porcos pelas costas...de inverno...frio...a descer as escadinhas...foi uma vida....tenho isso tudo nos meus olhos...foi uma vida muito dura acredite [...] (anónimo, 66 anos, comerciante do interior do mercado).*

Se deste modo, já é apreendido que ao longo do tempo, foram-se perdendo ou alterando as memórias dos comerciantes do mercado, não só pela alterações físicas no campo da degradação, mas também alterações na afluência ao espaço, os tipos de consumo e até importância do mesmo, podemos a este nível referir que apesar de estes discursos permanecerem, vemos que por outro lado os sentimentos de pertença, ou o gosto por assim disser, pelo mercado tem vindo a diminuir. Ora, por um lado se esta degradação e falta de intervenção política no mercado contribuiu para alterações nos sentimentos de pertença, permanecem os sentimentos afetivos, as memórias e os discursos que por sua vez tem vindo a ser, e poderão a continuar a ser no futuro- com a reabilitação do mercado-alvo de mudanças e mutações sendo assim necessário ressaltar que para uma compreensão plena de tal aspeto, seria vantajoso a realização de um trabalho de

investigação que passe-se por um processo de revisitação ao mercado e ainda, uma nova análise aos sentimentos, memórias, e discursos dos comerciantes, obtendo assim informação relativa ao passado presente e futuro.

As alterações referidas anteriormente relativas às mudanças que iram acontecer no edificado [Mercado do Bolhão] e tendo em conta a análise dos projetos de reabilitação que já foram abordados em capítulos anteriores, conseguimos estabelecer a ponte para uma outra hipótese de trabalho, sendo que esta, se encontra de certo modo relacionada com a anterior. Se já mencionado que o espaço é impulsionador de mudança e criação de identidades (Pollak, 1992), não só em termos positivos (memórias afetivas), mas também devido a aspetos negativos que se encontram presentes e foram percecionados nos discursos dos entrevistados, principalmente ao nível da conservação deste espaço. Tal aspeto remonta para a intervenção (ou ausência da mesma), no mercado dado este bastante mencionado e importante para os comerciantes, sendo que aqui posemos referir os dados obtidos, através das observações e posterior mapeamentos das mesmas (capítulo 3). Concomitantemente, podemos apresentar a este nível uma outra hipótese teórica que surgiu devido ao questionamento face ao futuro do mercado, após a reabilitação do mesmo- *As alterações dos sentimentos e do espaço físico em questão, o nosso objetivo irá se reproduzir e se repercutir à luz do que sucedeu com o Mercado do Bom Sucesso e outros mercados na cidade do Porto*- esta mesma hipótese de trabalho é assim compreendida quando percorremos o caminho ao qual propusemos analisar as entrevistas, neste sentido, partindo assim, de uma análise dos sentimentos afetivos e decadentes do espaço na construção identitária individual e coletiva (Pollak, 1992) do- *Ego comerciante do Bolhão*- para uma compreensão entre o que é assim proposto a um primeiro momento presente, abarcando assim o ponto *intermédio* da metamorfose do mercado, cunhado como o Mercado Temporário, como igualmente a compreensão futura do mercado- O Novo Mercado do Bolhão- associando assim as repercussões antecessoras compreendidas e observadas pela população da cidade do Porto em espaços vernaculares com a mesma característica (como por exemplo o Mercado do Bom Sucesso).

Como tal os discursos ao primeiro ponto da análise, do percurso futuro do mercado, revêm uma interpretação que à data da realização das entrevistas pressupunha ainda que em parte uma especulação futura que ainda iria decorrer com a transição para



o espaço no centro comercial *La Vie*<sup>79</sup> e sobre tal propósito é assim interpretada uma posição dualista das opiniões sobre o processo de transição, quer assim pelo espaço escolhido, quer igualmente pelo processo propriamente dito.

*Sinto que a maioria das pessoas vai morrer lá não vai fazer negócio, acho que é prenúncio de morte... Não de morte, de morte, acho que sim infelizmente, acho que a Câmara tinha outra disponibilidade, melhor tinha disponibilidade de gerir estas coisas de outra maneira, e na altura na altura nos como associação sugerimos 3 espaços, um deles e visto como são poucas as pessoas que vão para o LA VIE, era perfeitamente plausível criar ali, por exemplo naquela parte da Trindade, alias... Já lá vi pré-fabricados era muito mais simples criar um estrutura ali e colocar para aí 30 ou 40 comerciantes e era um espaço amplo com outra visibilidade que não outra porcaria do centro comercial nas catacumbas, percebe (anónimo, 47 anos, comerciante do exterior do mercado).*

*Olhe...eu acho que não vou perder clientes porque eles já sabem e já estão todos preparados para ir comigo ao La Vie mas claro que para nós e eu falo por mim...é uma mudança muito grande e vai-me dar muita tristeza quando eu sair daqui...não quero olhar para trás...quando arrumar as minhas tralhas não quero mais olhar para aqui (anónimo, 66 anos, comerciante do interior do mercado).*

*Sim é sempre complicado quando se fala em deixar o trabalho...é disto que a pessoa sobrevive e esta situação do fecho houve ...nem sempre estamos de acordo mas também cria-se uma certa união porque no fundo estamos todos no mesmo barco e é a incerteza do que vai acontecer...como será o novo Bolhão...e esta incerteza é que faz com que as pessoas apesar de não estarem sempre de acordo, que se unam...portanto há aqui uma relação (anónimo, 54 anos, comerciante do exterior do mercado).*

*Não... a nossa expectativa será sempre a melhor em relação ao mercado e a continuar... o ponto principal é continuar no mercado... ou provisório, para onde vamos... ou continuar no provisório e depois continuar no efetivo quando aqui as obras tiverem feito... tiverem prontas não é... agora realmente ao correr mal... a minha tia trabalha nisto há 40 anos... e é nisto que ela aí que quer continuar. (anónimo, 34 anos, comerciante do interior do mercado).*

Sobre este sentido é assim percecionada uma incerteza sobre o lugar escolhido e as opiniões atribuídas ao mesmo, destacando novamente a posição espacial que decorre da investigação, permite-nos ao mesmo tempo compreender uma das causas da existência destas mesma incertezas, olhando ao período decorrente dos discursos mediáticos analisados é observado em particular as categorias referentes ao exponencial interpretativo sobre as questões políticas, é compreensível a modalidade do discurso referentes aos processos de reabilitação e reconfiguração do mercado, encontram-se assim diluídas sobre um espectro temporal alargado, contemplados pelos anos que colocamos a análise, e ao mesmo tempo que revemos através das entrevistas e das

---

<sup>79</sup> Destacamos igualmente os aspetos descritos em capítulos anterior a particularidade temporal em que os dados foram assim recolhidos *versus* a posição spatiotemporal em que os dados são analisados, de tal modo a recolha dos dados é assim realizada ainda no Mercado do Bolhão, bem como as entrevistas foram igualmente realizadas, contudo e subjaz a particularidade da recolha da informação, a mesma é compreendida ainda como os comerciantes presentes no mercado. Deste modo de forma a criar coerência entre os dados recolhidos, os mesmo são propostos a análise como antecessora dos acontecimentos que se revisão decorrente do processo de transformação do mercado.



memórias descritivas da CMP e dos comerciantes as necessidade de intervenção do mercado anos anteriores, refletem uma fragmentação da resistência à mudança do mercado. Sobre um outro aspeto, uma interpretação futura, subjacente à segunda fase da metamorfose do mercado é assim a apreensão futura para o novo espaço e para o novo mercado, esta mesma à qual intitulamos- O Novo Mercado do Bolhão. Repercutindo por sua extensão a interpretação da memória descritiva do mercado com o pendor da criação identitária, pressupõem-se um entendimento da projeção metal para o novo mercado. Como e perante tal, a análise dos discursos e das opiniões do mercado pretende perceber as projeções mentais do espaço e das potencialidades do mesmo, com a realização das entrevistas e a compreensão dos seus resultados, é assim possível de afirmar que em determinado ponto à uma exposição positiva em relação ao futuro do mercado expressa por:

*Eu acho que vai ser bom... vai vir mais gente... o turismo então é que vai ser...sabe como é... é um mercado diferente... o turismo a nos... olhe e assim pequenas coisas...mas ainda ca estão... e ao menos enche o mercado... eu estou a contar que sim... mas olhe... eles dizem que se a gente não fizer o nosso objetivo lá que nos ajuda... vamos lá ver (anónimo, 66 anos, comerciante do interior do mercado).*

*É assim.... acho..., mas se for para melhor o povo gosta... porque quando é para melhor o povo vai-se habituando e depois eu acho que o mercado nunca vai perder aquela característica que tem... porque a gente não vai deixar de chamar- “Ó ANA!” - eu fui sempre... já a menina que me faz os recados- “Ó SONIA!” ... isto nunca vai perder... embora a pessoa diz que vai..., mas não vai nada... pode-se portar bem um mês... e depois isto volta tudo à realidade (anonimo, 46 anos, comerciante do interior do mercado).*

Por conseguinte, revê-se um conjunto de projeções, que transportam consigo um pendor mais negativo, interligado, com sentimentos de medo e de dúvida relativos aos acontecimentos futuros para o mercado, como igualmente transbordam um receio criado a partir de acontecimentos antecessores sobre os espaços que se encaixavam na mesma ótica operativa do Mercado do Bolhão,

*A mim faz-me muita confusão eles deitarem estas barracas a baixo... estas barraquitas aí... tens os pilares todos partidos não sei que e faz-me confusão, mas foi como eu te disse... e o resto do Bolhão como esta? Eu conheço o Bolhão de cima a baixo... e tenho a noção que tem tudo que ir a baixo... percebes... eu já tinha visto mais projetos percebes... quando foi a “TRANCOR” queria fazer apartamentos aqui mano... queres falar sobre isso... percebes... este não é assim tão mau... no meio da m\*\*\*\* este é fixe (anónimo, 39 anos, comerciante do interior do mercado).*

*Eu acho que vai haver... O turismo está em grande, acho que vamos ter aqui, algo que vamos ter muitas visitar ao mercado, o que acho que se acaba é com a tradição do mesmo, o dito, eu dei-lhe a pouco o exemplo do Bom Sucesso, e esse é o melhor caso de paradoxo, quer dizer o Bom Sucesso que nunca foi emblemático aqui como o Mercado do Bolhão, era um mercado de frescos e eu faço por contra por, faço a comparação do que era antes da obra e o que é agora, o que que o senhor tem lá de mercado de frescos? (anonimo, 47 anos, comerciante do exterior do mercado).*

*É isso... tenho medo... principalmente lá dentro como digo há uma grande diferença entre os comerciantes interiores e exteriores ... nós como comerciantes exteriores temos os nossos padrões... as nossas regras... e então somos mais individualizados... cada loja é individual e tem as suas regras... lá dentro eu tenho muito receio de se perder a cultura do Bolhão... e eu acho que se vai perder a cultura do Bolhão... porque modernizado as pessoas não vão conseguir dar continuidade... daqui a 2-3 anos quando nos regressamos... não me acredito nos 24 meses... ah... acho que pelo caminho se vai perder muita gente... acho mesmo sinceramente... e quando regressar regras que eles vão impor aí... vão... vão... estragar... não vou estragar... vai ser diferente... mas a cultura do Bolhão do comerciante do Bolhão vai-se perder (anonimo, 58 anos, comerciante do exterior do mercado).*

Pelos excertos apresentados, deparamos com a existência da vontade de mudar o mercado, assumido assim em muitas das opiniões dos comerciantes como uma necessidade de vários anos, e sobre a qual a pregação do imaginário do futuro revê assim uma vontade na retoma do exponencial do Mercado do Bolhão, como marca identificativa da cidade, bem como a transmissão da certeza da criação identitária individual e coletiva do *-Ego comerciante do Bolhão-*, mas no seu sentido opositor, é revista uma preocupação decorrente de uma certa desarticulação do espaço e da memória em alguns dos discursos. A ideia que é assim retida é a alteração de determinadas estruturas específicas, como o caso da *barraquinhas* que deixa receio no imaginário dos comerciantes, o que em parte podemos compreender como alteração das memórias identificativas dos comerciantes em relação ao espaço, bem como a representação do espaço na memória descritiva dos comerciantes, podendo assim levar a uma projeção do- *Ego não comerciante do Bolhão*. Este receio é assim postulado e segundo o que fora avançado na nossa hipótese teórica, em específico o caso do Mercado do Bom Sucesso, que se revê um receio no processo da metamorfose do mercado, como um segundo acontecimento do mesmo sobre os mesmos moldes, neste sentido uma resposta em relação à nossa hipótese teórica revê assim uma necessidade de (re)analisar futuramente este processo de transformação de modo a compreender por um lado através do aspeto físico essas mesmas alterações e os moldes como foram decorrentes, como igualmente, e em parceria com a hipótese anterior, a análise da mutação, ou não, dos sentimentos de pertença em relação ao mercado. Neste sentido uma resposta que podemos avançar olhando assim a posição da realização da investigação sobre o processo e a localização espaço-temporal da mesma, revemos assim um medo e que tal se possa repercutir sobre os mesmos moldes expresso pelas entrevistas realizadas, mas para uma resposta definitiva da mesma é assim necessário, e já referido, um revoltar ao local depois da reabilitação sobre forma de compreender os moldes da

mudança, que percebemos que iram decorrer através do aspeto físico e dos serviços, mas que contudo não podemos afirmar o mesmo sobre o contexto humano do mercado.

### **6.3. O matrimónio das memórias e das imagens**

De facto, as entrevistas permitiram uma compreensão das histórias de vida e dos afetos dos comerciantes pelo mercado, a aplicabilidade do *photovoice* (Wang & Burris 1997), transpôs um processo de compreensão mais extensiva sobre os sentimentos presentes quando confrontados com o presente real e o futuro expectável. Como tal a escolha de algumas imagens serviu assim de ferramenta à forma de compreensão dos sentimentos do espaço físico e ao contacto com o futuro do mercado postulado pelas projeções gráficas do seu interior por parte da CMP<sup>80</sup>. De um modo geral é percecionado que muitos dos comerciantes guardam consigo fotografias e relíquias referentes ao mercado, seja assim fotografias de si mesmo ou das suas bancas, mas também notícias de jornais ou outros elementos que lhes foram oferecidos. Como tal podemos interpretar esta mesma ação como promotora da criação do imaginário, ao mesmo tempo que é reformadora da construção identitária dos comerciantes. No sentido mais abrangente podemos assumir que todos os comerciantes se identificam com os espaços dentro do mercado em especial a imagem 1 e 3, segundo a ordem apresentada no Anexo 11, bem como ao mesmo tempo são confrontados pelas mesmas quando reveem a proximidade do destino do mercado, revivendo assim memórias descritivas dos lugares bem como sentimentos subagentes ao mesmos.

*Tenho... guardo algumas fotos no telemóvel... é um relembrar de memória antigo.... Eu tenho algumas revistas guardadas debaixo de sacos com imagens... mas guardo todas... e ate mesmo pessoas que nos trazem porque nos viram nas revistas [...]* (anónimo, 66 anos, comerciante do exterior do mercado) **[imagem 3]**.

*Sim. Guardo ainda a pouco mostrei-lhe... todas as que posso guardo... viu aquela da minha mãe com as tralhas todas... E: Alguma razão especial para as guardar? e.: Acho que todos nos guardamos recordações... e tenho mais... tenho uma em que a minha filha esta de castigo... vou-lhe dizer como era... portaram-se mal...a minha mãe tinha uma cadeirinha de plástico... e sente-se ali que esta de castigo... só quando a avó dizia a tua mãe chegou acabou o castigo... a recordação do meu filho dar cabo do sapatos... que ele usava sapatos semi-ortopédicos estourava todos os meses aqui... e era um gastar de dinheiro... que era o Deus me livre... era skate... trotinete... era sempre a estourar... (anónimo, 47 anos, comerciante do interior) **[Imagem 1]**.*

---

<sup>80</sup>Podemos encontrar estas imagens presentes no Anexo 11- Fotografias escolhidas para a realização do photovoice.

*Esta aqui realça o café da minha mãe que estava aqui no fundo... chama-me logo à atenção aqui os toldes... porque isto não era assim... isto aqui era uma... aí como se diz f\*\*\*-se... era um telhado umas cenas de madeira mesmo incríveis e eles tiveram que tapar porque... chovia lá dentro... (anónimo, 29 anos, comerciante do interior do mercado) [Imagem 1].*

*Isto faz-me lembrar em adolescente quando comecei a trabalhar aqui... e eu vinha qui vender... porque eu ia vender aos vendedores... elas estavam lá a vender ao povo e eu ia lá vender-lhes (anónimo, 58 anos, comerciante do exterior do mercado) [Imagem 3].*

Por outro lado, os sentimentos afetivos, também se conjugam com os sentimentos decadentes dos espaços, revivendo assim episódios particulares, como igualmente o facto de observarem a mudança de muitos dos lugares do mercado dos seus ofícios originais, como tal é aprendido dos discursos sobre,

*[Imagem 1] olhe... Isto não chama nada porque... os telhados infelizmente estão todos velhinhos... é muito triste, mas pronto é o Bolhão que temos... isto já não se usa no século XXI..., mas pronto é o que temos... é o nosso bolhão... e depois ainda mais triste [Imagem 2] foi que botaram estes ferros... há tantos anos porque estava degradado... Isto é que matou o Bolhão aos poucos estes ferros... foi o que matou o Bolhão... tem noção que isto não está a segurar nada... estava era a segura o emprego da mulher do Rui Rio... isto é o que estava a segurar (anónimo, 46 anos, comerciante do interior).*

Também se o confronto com o presente e o passado pelas memórias descritivas conferem um sustento à criação do- *Ego comerciante do Bolhão*, a projeção futura para o mercado, fornecida pelas imagens 4 e 5 do mesmo anexo, espelham o que se vem afirmando com dúvidas sobre o mesmo lugar, dúvidas essas sobre o seu aspeto físico que poderá influenciar, como vimos, as socializações decorrentes no espaço, como igualmente criar alterações no imaginário individual e coletivo dos comerciantes. Tais são assim expressas por,

*Vamos para ali assim para nos habituar...ter mais privacidade...estou aqui e ninguém entra...perdemos privacidade e perdemos a traça do Bolhão (anónimo, 66 anos, comerciante do interior) [Imagem 4].*

*Olhando para as bancas... não gosto da exposição das bancas... como vês nos estamos habituadas a vender aqui por dentro e a exposição que está qui nesta imagem estamos a vender por fora e nos não gostamos disso... no meu caso pessoal... ter contacto sim... mas não tanto ao mar nem tanto à terra... o cliente também na sente bem se nos tivermos aí em cima dele... acho que tem que haver uma distancia (anónimo, 34 anos, comerciante do exterior do mercado) [Imagem 5].*

*Sim, pode ser o Barcelona português, mas pelas imagens continua a ser o mercado de frescos que já era, tudo bem que renovado e com melhores condições e tudo mais [...] (anónimo, 24 anos comerciante do interior) [Imagem 5].*

Concluimos assim deste modo a interpretação das histórias de vida dos comerciantes referente ao mercado do Bolhão, neste sentido é assim compreensível tanto através das entrevistas realizadas e analisadas nos dois últimos subpontos, como neste mesmo subponto, a compreensão das memórias descritivas de cada comerciante sobre o

lugar, e a dupla influência que ambos os integrantes transbordam consigo na formação e projeção de identificação pessoal e coletiva do- *Ego comerciante do Bolhão*. Apoiada assim pela análise das entrevistas sobre os pontos que mais se destacam dos mesmos, ao mesmo tempo que foram confrontados com imagens escolhidas durante a primeiras etapas do processo de investigação, revelou assim um confronto entre o sentimentos afetivos e decadentes de cada comerciante, este mesmo confronto é expresso pelo *photovoice* (Wang & Burris 1997), uma projeção sobre o novo mercado. Igualmente, a resposta às nossas hipóteses teóricas fora assim refletida como um caminho que devemos percorrer num futuro, acompanhando assim esta metamorfose do mercado, na qual é em parte que, antecipando resultados prévios, as mudanças possam assim ocorrer em particular sobre a dimensão física do espaço e a sua relação com as sociabilidades, mas que contudo, uma perspetiva de resposta à análise sociológica sobre os sentimentos e a imposição da identificação pessoal e coletiva, anteriormente expressa, revê a este ponto uma resposta inclusiva sobre esta mesma alteração e sobre a qual vemos assim propor uma reinterpretação dos sentimentos sobre os mesmos moldes que foram aplicados nesta investigação.

Por fim, apesar de em parte inclusivas, as respostas às nossas hipóteses teóricas refletem assim uma projeção futura, igualmente como uma compreensão do presente, podemos afirmar que o Mercado do Bolhão não é apenas compreendido como um espaço vernacular na cidade do Porto, mas sim um polo de tradições, memórias coletivas e individuais, que refletem uma história da própria cidade, mas também um conjunto de histórias pessoais que passaram por varias gerações, que sustentam estas primeiras historias, e simultaneamente criam no imaginário dos próprios comerciantes a representação mental do Estado do gosto e do desgosto pelo mercado, como ao mesmo tempo são traços e memórias marcantes para a cidade do Porto, que vê o Mercado do Bolhão como uma porta de entrada às tradições da cidade e da sua população.

## **Considerações Finais**

“Naquela direção, após seis dias e sete noites, alcança-se Zobeide, cidade branca, bem exposta à luz, com ruas que giram em torno de si mesmas como um novelo. Eis o que se conta a respeito de sua fundação: homens de diferentes nações tiveram o mesmo sonho — viram uma mulher correr de noite numa cidade desconhecida, de costas, com longos cabelos e nua. Sonharam que a perseguiam. Corriam de um lado para o outro, mas ela os despistava. Após o sonho, partiram em busca daquela cidade; não a encontraram, mas encontraram uns aos outros; decidiram construir uma cidade como a do sonho. Na disposição das ruas, cada um refez o percurso de sua perseguição; no ponto em que havia perdido os traços da fugitiva, dispôs os espaços e a muralha diferentemente do que no sonho a fim de que desta vez ela não pudesse escapar” (Calvino, 1990: 30).

Compreendido assim o comungar dos dados registados e analisados, procedentes desta mesma investigação, percecionamos por seu semelhante a forma como os mesmos se repercutem e reproduzem ao olharmos para o mercado como um elemento mais que físico da cidade. Propondo para tal uma interpretação clássica de teorias sociológicas sobre a cidade, estas refletem uma interpretação sociológica do próprio conceito de cidade das múltiplas faces que este assume (Wirth, 1983), bem como uma interpretação do *habitus* (Bourdieu, 1993) referente assim aos atores (comerciantes) no mercado. De modo semelhante é apreendida a forma como a situação em que o mercado se encontra atualmente, faz parte de um processo evolutivo do tecido urbano da cidade, expressando assim num conjunto de acontecimentos e antecedentes históricos, que refletem mudanças particulares da estrutura da cidade do Porto, no voltar para o século XXI.

Estes mesmos são assim interpretados pelos contributos teóricos de Guerra (2000) sobre as diretrizes de orientação governativa, patentes no programa de estratégias governamentais, que ao mesmo tempo são expressos como estratégias de governação para a cidade, interpelando a dualidade desta mesma abordagem e revigorando assim a interpretação que tal é expressa na cidade do Porto. Ao mesmo tempo que é vista a criação de organismos que fossem capazes de atuar e dar resposta aos problemas encontrados, exemplos dos mesmos como o CRUARB, PPUBS, FDZHP, na qual alguns anos mais tarde vieram a dar lugar a outras entidades, como Porto Vivo, SRU, Porto 2001, SA. e um conjunto de programas a estas instituições associadas, Masterplan (2005)- no caso da Porto Vivo, SRU- demonstram assim um compreensão diferente a diversos níveis tanto físicos como estruturais, se por um lado a cidade é observada como uma valência, por outro é vista como um conjunto de estratégias a serem aplicadas aos problemas

encontrados, apesar de no cerne da sua compreensão residir uma interpretação comum- a reabilitação e a renovação dos lugares. À semelhança da interpretação física é ao mesmo tempo explanada a interpretação governativa das diretrizes que estes mesmos planos produzidos pelas diversas identidades refletem ao abordar a estratégia para a cidade, refletindo assim a interpretação que Guerra (2000) reflete sobre esta mesma temática.

Especificando, então, os espaços de comércio, foi assim possível observar o quadro de Fernandes *et. al* (2000) inerente ao comércio moderno e tradicional, que tal foi assim aplicado ao Mercado do Bolhão, sobre o facto da sua interpretação se assumir no século XXI e a importância de este mesmo espaço na cidade (Salgueiro, 1994). Destacando com tal, ambas interpretações, que volveram as suas consequências através da interpretação dos mapas temáticos e de dados provenientes da BGRI e INE, que demonstravam não só um conjunto de mutações ao nível dos dados sociodemográficos (Edificado e População Residente), bem como ao nível da informação referenciada. Partindo da interpretação da governança de Guerra (2000) das diferentes identidades organizativas dos processos de Reabilitação da cidade - Porto Vivo, SRU: Masterplan 2005) - revemos um conjunto de mutações dos mesmos lugares e em torno do mercado, que podem explicar as ideias de Salgueiro (1994) e Fernandes *et. al.* (2000) quando observados lugares específicos como o centro do Porto, em particular o Mercado do Bolhão, e outros polos mais afastados dos centros como o caso da Boavista. Esta mesma ideia é avançada quando interpretado o quadro de Fernandes *et. al.* (2000) que referencia assim as diferenças entre o comércio moderno e tradicional, que possibilitou a interpretação não só das características que foram observadas no mercado, mas ao mesmo tempo complementou a interpretação de outros espaços de comércio moderno que consequentemente revê características aplicáveis ao Mercado do Bolhão.

Este serviu como base de uma representação cartográfica e temática do que foi observado no próprio mercado e revitalizou assim uma potencialidade ao apoio da análise do lugar revista em Monmonier (1993) que expressou por sua consequência a possibilidade através das técnicas aplicadas para a análise qualitativa do mercado - observação direta - uma interpretação não só física, mas igualmente dos comportamentos e das atitudes. A partir dos discursos mediáticos expressos no *Jornal Público* sobre o mercado, onde se mostrou uma predominância dos discursos envolventes à temática das políticas e instrumentos de política, bem como das temáticas de reabilitação e de gestão,



reviu-se no mesmo lugar as poucas interpretações dos discursos dos comerciantes. Seguindo assim através dos resultados obtidos uma interpretação que colocou expectativas sobre o estado do lugar e das sociabilidades que se viram revistas, como anteriormente descritas, levaram por sua consequência à necessidade de se interpretar os modos como seria moldados o – Novo Mercado do Bolhão- que igualmente seguiu-se como um consequência à interpretação das histórias de vida dos comerciantes. Sobre esta é assim revisto uma ligação que posse ser em parte estendida a um laço familiar entre o próprio espaço e comerciante, e que através das mesmas reviu-se assim a criação identitária pessoal e coletiva, a partir das memórias descritivas (Pollak, 1992) a criação identitária do *-Ego comerciante do Bolhão*.

Ao mesmo momento que interpretávamos esta ligação da memória e identidade, era simultaneamente encontrada a maior dificuldade operativa da investigação, a compreensão espaciotemporal em que esta decorreu, criava uma interpretação futura à compreensão do mercado temporário, sobre o qual os comerciantes pouco tempo depois viriam a transitar, mas que, contudo, mantinha uma interpretação futura para o- Novo Mercado do Bolhão. Refletindo sobre a interpretação dos resultados, foi desde logo apontada uma forte ligação do Ego com o espaço, como afirmado, mas que quando colocados em confronto com o seu futuro, um conjunto de sentimentos decadentes eram assim expressos, ao mesmo tempo que se revia uma vontade de exaltação dos mesmos. Podendo hipoteticamente interpretar como um receio que se vinha sentido desde o passado, pela falta de intervenção no mercado, como ao mesmo tempo um querer melhorar e evoluir com o mercado, querem ver assim o lugar do berço das suas memórias, ao mesmo tempo que se interpretava vontade de reter alguns lugares e espaços dentro do mercado, revigorando assim a dualidade de manter viva a memória do mercado como a criação do – *Ego comerciante do Bolhão*, mas que ao mesmo tempo poder-se-ia interpretar a perda deste espaço e lugares, como a quebra do elo de ligação entre a representação descritiva da memória com a projeção da identificação pessoal e coletiva expressa por- *Ego não comerciante do Bolhão*.

Por fim, é sobre este ponto que a investigação revê assim o seu limite, apesar de tentarmos responder às hipóteses teóricas avançadas, uma resposta plena e isolada sobre as mesmas revê assim uma dificuldade de tal processo. Ao mesmo tempo que interpretamos as mesmas e tentamos responder a partir de uma compreensão apenas física

do lugar, era assim possível avançar com respostas, contudo é assim revista uma forte ligação entre o físico e social no mercado, e apenas uma resposta que enquadrasse exclusivamente a interpretação física revia-se incompleta. Neste sentido, a dificuldade operativa é assim revista como forma de não ser possível responder à hipótese, pois é assim necessário interpretar tais, através de novas incursões ao Novo Mercado do Bolhão, só nesse momento é assim compreensível a projeção dos resultados iniciais que esta investigação assim avançou. Sendo que tal podemos interpretar estes resultados como especulações futuras ao processo decorrente de Reabilitação e requalificação do Mercado do Bolhão.

## Referências bibliográficas

- Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative Case Study Methodology: Study Design and Implementation for Novice Researchers. *The Qualitative Report*, 13(4), 544-559  
URL: <http://nsuworks.nova.edu/tqr/vol13/iss4/2>
- Bourdieu, P. (1963) - *Travaill et travailleurs en Algérie*. Paris : Mouton.
- \_\_\_\_\_(1970) - *La reproduction : éléments pour une théorie du système d'enseignement*. Paris : Les Éditions de Minuit.
- \_\_\_\_\_(1993) - *Effets de lieu*. In Pierre Bourdieu (dir.), *La Misère du Monde*, Paris, Éditions du Seuil.
- Branco, J. F. (2006)- Uma nova Metodologia para a Reabilitação Urbana. Uma nova Oportunidade para o Centro Histórico e a Baixa do Porto. In *Cidades-Comunidades e Território*. nº 12/13. pp. 35-52  
URL: <https://revistas.rcaap.pt/cct/article/view/9229/6676>
- Broudehoux, A. M. (1994) - *Neighborhood regeneration in Beijing: an overview of projects implemented in the inner city since 1990*. Montreal. McGill University  
[https://www.researchgate.net/publication/30004541\\_Neighborhood\\_regeneration\\_ratio](https://www.researchgate.net/publication/30004541_Neighborhood_regeneration_ratio)
- Calvino, I. (1990) – *As Cidades Invisíveis*. São Paulo: Companhia das Letras. ISBN 978-85-7164-149-5.
- Castells. M. (1975a) - *Problemas de investigação em sociologia urbana*. Lisboa. Editorial Presença.
- \_\_\_\_\_(1975b) - *La question urbaine*. Paris. François Maspero.
- \_\_\_\_\_(1976) - *Lutas urbanas e poder político*. Porto. Edições Afrontamento.
- Champagne, P. (1991) - La construction médiatique des « malaises sociaux ». In *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº90. Pp. 64-75  
URL: <https://pt.scribd.com/document/169212593/La-construction-me-diatique-des-malaises-sociaux>
- Cohen, S. (1972)- *Folk Devils and Moral Panics*. Cambridge, Basil Blackwell Ed. ISBN 0-203-82825-9

URL:

[https://infodocks.files.wordpress.com/2015/01/stanley\\_cohen\\_folk\\_devils\\_and\\_moral\\_panics.pdf](https://infodocks.files.wordpress.com/2015/01/stanley_cohen_folk_devils_and_moral_panics.pdf)

Couch, C. (1990)- *Urban Renewal: Theory and Practice*, London, Macmillan Education LTD. ISBN 9780333496442

Creswell. J. W. (2014) - *Research Design*. Sage. University of Nebraska. ISBN : 978-1-4522-2609-5.

Fernandes, J. R ; Cachinho, H.; Ribeiro. C.V. (coord.) (2000)- *Comércio Tradicional em Contexto Urbano dinâmicas de modernização e políticas públicas*. GEDES-UP. Litogaia - Artes Gráficas, Lda. URL:  
<http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/10081.pdf>

Ferreira, D. (2011) - Subsídios para a história do Mercado do Bolhão. In *População e Sociedade*, CEPES, Porto, Vol.19. pp.139-154.  
URL: <https://biblioporto.wordpress.com/indice-de-autores/>

Güell. M. F. (1997)- *Panificación estratégica de ciudades, Barcelona*, Editora Gustavo Gili. ISBN 8429121102

Guerra. I. (2000) - O planeamento estratégico das cidades: organização do espaço e ação coletiva. In *Cidades, Comunidades e Território*, dez. nº 1. pp. 37-55 URL:  
<https://revistas.rcaap.pt/cct/article/view/9104/6551>

Guerra. P. (2012a) - *A cidade inclusiva*. In Figueiredo, António. M.; Penabad, J. M. P.; Álvarez, E. J. V. (coords.) - *Retos de la acción de Gobierno para las ciudades del siglo XXI/Desafios da governação das cidades do século XXI*. Porto/Vigo: Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular. 351-383.

\_\_\_\_\_(2012b) – *Da exclusão social à inclusão social: eixos de uma mudança paradigmática*. Revista Angolana de Sociologia. Nº. 10. 91-110. URL:  
<https://journals.openedition.org/ras/257?lang=en>

\_\_\_\_\_(2010) - *A instável leveza do rock: génese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Tese de Doutoramento em Sociologia.  
URL: <http://paulaguerra.pt/publicacoes/provas-academicas>

- \_\_\_\_\_ (2002a) - *A Cidade na encruzilhada do urbano – Algumas modalidades de relação e um estudo de caso acerca do processo de recomposição social e espacial do tecido urbano portuense na década de 90*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Dissertação de Provas de Capacidade Científica e Aptidão Pedagógica.
- URL: <http://paulaguerra.pt/publicacoes/provas-academicas>
- \_\_\_\_\_ (2002b) - *Cenários de Insegurança: contributos do interacionismo simbólico para uma análise sociológica da construção mediática do desvio*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Relatório de uma Aula Prática inserido nas Provas de Capacidade Científica e Aptidão Pedagógica.
- URL: <http://paulaguerra.pt/publicacoes/provas-academicas>
- Lefebvre, H. (1968) - *Le Droit à la Ville*, Paris. Édition Anthropos.
- \_\_\_\_\_ (1981) - *La production de l'espace*. Paris. Éditions Antropos.
- Machado, I. M. M (2012) - *Lutas sociais, habitação e quotidiano: análise da génese e estruturação do Bairro da Bouça na cidade do Porto (do SAAL à solução cooperativa)* Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Dissertação de Doutoramento em Sociologia.
- Marrou, L. (1992) - *Le commerce et la ville dans le centre de Lisbonne*. In *Recherches en anthropologie au Portugal*. Nº 1(4) pp.99-104.
- URL: [https://www.persee.fr/doc/rap\\_1240-3474\\_1992\\_num\\_4\\_1\\_951](https://www.persee.fr/doc/rap_1240-3474_1992_num_4_1_951)
- Miller, J. M. (1959)- *New life for Cities Around the World*. International Handbook on Urban Renewal. New York: Books International
- Monmonier, M. (1993)- *Mapping it out*. The University of Chicago Press, University of Chicago. ISBN: 0-226-53417-0
- Nogueira, M. (2010)- «Ir e voltar» Em Mapas: Uma reflexão sobre a utilização da Cartografia na pesquisa sociológica. In Pinto, M; Queirós, J. (coord.)- *Ir e Voltar: Sociologia de Coletividade Local do Noroeste Português (1977-2007)*. Vol.1 E Afrontamento. ISBN: 987-972-36-1080-2.
- Nonnel, A. G. (1992)- *O Mercado do Bolhão: Estudos e Documentos*. Porto: Câmara Municipal do Porto. ISBN: 972-9147-07-08

- Pinto, L; Santos, T. (2011)– Porto, Património Mundial – A Classificação e a Intervenção. Encontra-se o título “*Porto, Património Mundial*” Em Risco? In ROCHA, Manuel Joaquim Moreira da, coord. - Actas do Seminário Centros Históricos: Passado e Presente.  
URL: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/9150.pdf>
- Pollak, M. (1992). Memória e identidade social.. *Revista Estudos Históricos*, 5(10), 200-215.  
URL: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/1941>
- Queirós, J. (2014) - *No centro à margem. Sociologia das intervenções urbanísticas e habitacionais do Estado no centro histórico do Porto*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Dissertação de Doutoramento em Sociologia
- Quivy, R. C. L. V. (2008) - *Manual de investigação em ciências sociais*. 2ª. Ed. Revista e aumentada. Lisboa: Grávida. ISBN 972-662-275-1.
- Salgueiro, T. B. (1994)- O Comércio e a Cidade: Lisboa e Porto. In *Finisterra*, XXIX. Nº 57.pp 177-183. DOI : <https://doi.org/10.18055/Finis1855>
- Wacquant, L. (1992) - *Présentation*. In Pierre Bourdieu (avec Loïc Wacquant), Réponses, Paris, Ed. Seuil, pp. 23.
- Wang, C.; Burris, M. A. (1997)- Photovoice: Concept, Methodology, and Use for participatory Needs Assessment. In *Health Education & Behavior*. Vol. 24(3) pp. 369-387 DOI: 10.1177/109019819702400309
- Weber, M. (1982) - *La Ville*. Paris. Édition Aubier Montaigne. ISBN 9782700702743
- Wirth, L. (1938) - Urbanism as a Way of Life. *American Journal of Sociology*. 44(1). 1-24.  
[URL:http://links.jstor.org/sici?sici=00029602%28193807%2944%3A1%3C1%3AUAAWOL%3E2.0.CO%3B2-B](http://links.jstor.org/sici?sici=00029602%28193807%2944%3A1%3C1%3AUAAWOL%3E2.0.CO%3B2-B)
- Yu Q. (1988)- *Integration of Old and New in China's Historical Cities*. Building in China. pp. 8-15.

## **Referências eletrónicas e arquivos**

- Anon.(2011/2018). [Blogue]. *Porto Património Mundial*. [Em linha]. [Consultado pela última vez a 4 de setembro de 2018]. Disponível em: <https://www.portopatrimoniomundial.com/planta-area-classificada.html>
- Arquivo Municipal. (2018)- *CRUARB. 1974-2003*. [Em linha.]. [Consultado pela última vez a 4 de setembro de 2018] Disponível em <http://gisaweb.cm-porto.pt/creators/22941/>
- Arquivo Municipal do Porto [GISA]. [Em Linha]. [Consultado pela última vez a 4 de setembro de 2018]. Disponível em: <http://gisaweb.cm-porto.pt/>
- BGRI (2018)- *Base Geográfica de Referência de Informação*. [Em linha]. [Consultado pela última vez a 4 de setembro de 2018]. Disponível em: <http://mapas.ine.pt/download/index2011.phtml>
- Câmara Municipal do Porto (2018)- *Balcão Virtual*. [Em linha]. [Consultado pela última vez a 4 de setembro de 2018]. Disponível em: <https://balcaovirtual.cm-porto.pt/pt/Cidadaos/Paginas/default.aspx>
- Câmara Municipal do Porto (2016)- *Projeto de Restauro e Modernização do Mercado do Bolhão Memória Descritiva e Justificada do Projeto Geral de Arquitetura projeto de Execução*. [Em linha]. [Consultado pela última vez em 7 de fevereiro de 2018]. Disponível mediante marcação [Arquivo]
- INE (2018) - *Instituto Nacional de Estatística*. [Em linha]. [Consultado pela última vez a 4 de setembro de 2018]. Disponível em: [https://ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine\\_main&xpid=INE](https://ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine_main&xpid=INE)
- Porto vivo, SRU (2018). [Em linha]. [Consultado pela última vez a 4 de setembro de 2018].Disponível em <http://www.portovivosru.pt/>
- Porto Vivo, SRU (2011)- *Delimitação da Área de Reabilitação Urbana do Centro Histórico do Porto em Instrumento Próprio [Projeto Porto Vivo, SRU]*. [Em linha]. [Consultado pela última vez a 4 de setembro de 2018]. Disponível em: <http://www.portovivosru.pt/pt/area-de-atuacao/areas-de-reabilitacao-urbana/aru-centro-historico-do-porto>



Porto Vivo, SRU (2005)- *Masterplan síntese executiva*. [Em linha]. [Consultado pela última vez a 4 de setembro de 2018]. Disponível em: <http://www.portovivosru.pt/pt/area-de-atuacao/enquadramento>

Porto. [Em linha]. [Consultado pela última vez a 4 de setembro de 2018]. Disponível em: <http://www.porto.pt/noticias/esperado-ha-tres-decadas-esta-lancado-o-concurso-para-restaurar-o-bolhao>

Porto Vivo, SRU. (2010)- *Plano de Gestão/ Managment Plan Centro Histórico do Porto Património Mundial/ Historic Centre Of Porto World Heritage*. [Em linha]. [Consultado pela última vez a 4 de setembro de 2018]. Disponível em: <http://www.portovivosru.pt/pt/centro-historico/plano-de-gestao>

Saraiva, R. (2017)- *Bolhão Hoje*. [Em linha]. [Consultado pela última vez a 4 de setembro de 2018]. Disponível em: [https://www.flickr.com/photos/r\\_saraiva/](https://www.flickr.com/photos/r_saraiva/)

## **Referências bibliográficas dos conteúdos mediáticos**

- Andrade, S. (2015) - *Arquitetos-conselheiros franceses à descoberta da Escola do Porto*. Público. N° de série 9312. outubro. 30. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2012) - *Antes de abandonar a câmara, Rui Rio vai deixar o Bolhão vazio*. Público. N° de série 8110. agosto. 26. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2012) - *Associação de Comerciantes pede rendas mais baixas no Bolhão*. Público. N° de série 8156. agosto. 25. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2012) - *Câmara do Porto baixa em 40% taxas pagas por comerciantes do Bolhão*. Público. N° de série 8187. setembro. 34. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2012) - *Câmara do Porto quer discutir futuro do Bolhão no prazo de quinze dias*. Público. N° de série 8192. setembro. 30. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, . (2012) - *Difícilmente haverá apoio do QREN para Bolhão e Rosa Mota*. Público. N° de série 8075. maio. 35. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2012) - *Orçamento da Câmara do Porto mais magro e afetado pelo IHRU*. Público. N° de série 8278. dezembro. 25. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2012) - *PCP leva reabilitação do Mercado do Bolhão à Assembleia da República*. Público. N° de série 8216. outubro. 29. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2012) - *PS diz que reabilita Bolhão com sete milhões, Rio prepara intervenção*. Público. N° de série 8283. dezembro. 14. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2012) - *Quem vai para a noite do Porto pode deixar o carro no Silo Auto, sugere PS*. Público. N° de série 8248. novembro. 14. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>

- Carvalho, P. (2012) - *Rui Rio cede ao PS e vai perguntar se é possível obras mais baratas no Bolhão*. Público. Nº de série 8150. agosto. 25 Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. ; Rodrigues, A. (2012) - *Um dia com duas notícias más para os comerciantes do Mercado do Bolhão*. Público. Nº de série 8153. agosto. 24 . Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2013) - *BE contra um Porto transformado em cidade-corredor-de aeroporto*. Público. Nº de série 8475. junho. 6. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2013) - *Câmara do Porto anuncia orçamento maior com fundo de emergência social de 500 mil euros*. Público. Nº de série 8638. dezembro.16. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2013) - *Câmara diz que pode candidatar Bolhão a fundos europeus em apenas 60 dias*. Público. Nº de série 8312. janeiro. 15. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2013) - *Câmara do Porto desiste de fazer qualquer intervenção no Bolhão*. Público. Nº de série 8501. julho. 15. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P (2013) - *Câmara do Porto pondera proibir venda de garrafas de vidro para a rua*. Público. Nº de série 8316. janeiro. 19. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2013) - *Candidatura do Bolhão a fundos europeus está nas mãos do Governo, diz Rio..* Público. Nº de série 8315. janeiro. 17. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2013) - *Governo sugere que Rio já devia ter candidatado Bolhão a Verbas do QREN*. Público. Nº de série 8343. fevereiro. 16. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2013) - *Menezes recupera projeto de Massena para o Mercado do Bolhão*. Público. Nº de série 8380. março. 20. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>

- Carvalho, P. (2013) - *Mercado do Bolhão classificado como monumento antes da reabilitação*. Público. Nº de série 8564. setembro.14. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2013) - *Reabilitação do Bolhão só terá verbas do QREN se houver sobras*. Público. Nº de série 8329. janeiro. 13. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2013) - *Rio quer resposta do Governo sobre Bolhão*. Público. Nº de série 8330. janeiro. 16. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2014) - *Afastada a ameaça de demolição, o Bairro dos CTT vai ser reabilitado*. Público. Nº de série 8685. janeiro.14. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2014) - *Projeto do Bolhão está a ser reequacionado mas câmara diz que ainda não há decisão*. Público. Nº de série 8806. maio.22. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2014) - *Moreira diz que é ele que coordenará o Bolhão*. Público. Nº de série 8922.setembro.22. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2014) - *Moreira não se compromete quanto à gestão pública ou privada do Bolhão*. Público. Nº de série 8923.setembro.16. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P (2015) - *Redução de taxas mantém-se em 2015 no Mercado do Bolhão enquanto obras não começam*. . Público. Nº de série 9050.janeiro.15. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2015) - *Atrasos na reabilitação do Mercado do Bolhão preocupam CDU*.
- Carvalho, P. (2015) - *O Porto a dar-se de comer e de beber na Corunha*. Público. Nº de série 9102. março.15. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2015) - *Projeto do Mercado do Bolhão vai ser apresentado amanhã*. Público. Nº de série 9137. abril. 17. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2015) - *Mercado do Bolhão vai mesmo ser reabilitado*. Público. Nº de série 9139. abril. 17. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>

- Carvalho, P. (2015) - *O novo e o velho Mercado do Bolhão juntam-se no projeto de reabilitação*. Público. Nº de série 9139. abril. 16. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2015) - *Novo túnel liga área técnica do Bolhão à Rua do Ateneu Comercial*. Público. Nº de série 9288. setembro. 14. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2015) - *Legalização do Shopping do Bom Sucesso aprovada, apesar dos murmúrios e sombras*. Público. Nº de série 9292. setembro. 17. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2015) - *Três anos em força para o Bolhão e o matadouro já não está à venda*. Público. Nº de série 9327. outubro. 21. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2015) - *CDU vota contra orçamento da Câmara do Porto*. Público. Nº de série 9329. outubro. 17. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2015) - *Projeto do Mercado do Bolhão pronto para se candidatar a undos comunitários*. Público. Nº de série 9356. novembro. 14. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2016) - *Arquiteto acusa câmara de copiar o seu projeto*. Público. Nº de série 9409. janeiro 17. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2016) - *Câmara quer lojas do Bolhão ligadas à alimentação*. Público. Nº de série 9412. janeiro. 18. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2016) - *Desviar linha de água sob o Bolhão custa 875 mil euros*. Público. Nº de série 9447. fevereiro. 17. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2016) - *Comerciantes do Bolhão só saem do mercado para o ano*. Público. Nº de série 9583. julho. 16. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2016) - *CDU leva o Bolhão à próxima reunião da Câmara do Porto*. Público. Nº de série 9584. julho. 11. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2016) - *Mercado temporário dos vendedores do Bolhão será no antigo Gran Plaza*. . Público. Nº de série 9699. julho. 14. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>

- Carvalho, P. (2016) - *Lojas do exterior do Mercado do Bolhão fechadas pelo menos 20 meses*. Público. N° de série 9641. setembro.15. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2016) - *Casa histórica de sementes no Bolhão fecha? Proprietário diz que não*. Público. N° de série 9661. setembro.13. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2016) - *Orçamento da Câmara do Porto cresce quase 18% e é o maior da última década*. Público. N° de série 9677. outubro.22. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2016) - *Lojista recusa-se a sair do espaço no La Vie destinado ao mercado do Bolhão*. Público. N° de série 9706. novembro.22. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2016) - *Quase 83% dos comerciantes do Bolhão ficam no futuro mercado*. Público. N° de série 9710. novembro.16. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2016) - *O Feliz Natal da câmara neste ano é o Mercado do Bolhão*. Público. N° de série 9727. dezembro.18. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2016) - *Aberto o concurso para reabilitar o Mercado do Bolhão*. Público. N° de série 9744. dezembro.13. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2016) - *Arquiteto Joaquim Massena manda Bolhão para o Ministério*. Público. Público. N° de série 9613. agosto.19. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2017) - *Vinte e três comerciantes do Bolhão vão abandonar o mercado portuense*. Público. N° de série 9795. fevereiro.19. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2017) - *Novos comerciantes do Bolhão não passam pelo mercado temporário*. Público. N° de série 9799. fevereiro.19. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2017) - *Rui Moreira agradece aos partidos comportamento exemplar no Bolhão*. Público. N° de série 9820. março.15. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>

- Carvalho, P. (2017) - *Querelas entre concorrentes estão a atrasar obras no Bolhão*. Público. Nº de série 9953. julho.16. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Carvalho, P. (2017) - *Quatro candidatos disputam as obras de restauro do Mercado do Bolhão*. Público. Nº de série 10007. setembro.17. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Coentrão, A. (2013) - *Pizarro promete não gastar mais de oito milhões para reabilitar o Bolhão*. Público. Nº de série 8436. maio. 18. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Coentrão, A. (2013) - *Menezes financiará obras no Bolhão com concessão do estacionamento*. Público. Nº de série 8436. maio. 14. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Coentrão, A. (2015) - *O futuro do Bolhão deixou de depender dos fundos comunitários*. Público. Nº de série 9134. abril.15. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Coentrão, A. (2015) - *Dupla de arquitetos do Porto tenta preservar pavilhões do Bolhão*. Público. Nº de série 9244. agosto. 10. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Coentrão, A. (2017) - *Câmara do Porto já adjudicou obras no Pavilhão Rosa Mota*. Público. Nº de série 9897. maio.16. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Dias, P. S (2013) - *Rui Moreira propõe-se requalificar o Bolhão por 17 milhões e criar ali residências de estudantes*. Público. Nº de série 8471. junho. 14. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Dias, P.S (2013) - *BE quer obras no Bolhão com verbas do IMI*. Público. Nº de série 8495. julho. 22. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Dias, P.S (2013) - *Bloco no Bolhão, Menezes no Sea Life*. Público. Nº de série 8558. setembro.10. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Dias, P.S; Coentrão, A (2013) - *Vontade de reabilitar casario e bairros sociais do Porto aproxima candidatos*. Público. Nº de série 8563. setembro.6. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Dias, P.S (2013) - *CDU luta por mais um vereador na Câmara do Porto*. Público. Nº de série 8569. setembro.8. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>



- Gomes, M. (2013) - *Menezes diz que o que o entusiasmo é o Bolhão, Santa Catarina e Silo-Artes*. Público. Nº de série 8411. abril. 15. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Lopes, S. (2017) - *Fórum Cidadania Porto continua a luta pelas barracas do Bolhão*. Público. Nº de série 10025. setembro.23. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Marmelo, J. (2012) - *Requalificação do Mercado do Bolhão ainda nas mãos do Igespar*. Público. Nº de série 8220. outubro. 32. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Moreira, C. (2016) - *O histórico Bolhão sobrevive pelo souvenir e não quer a nova casa*. Público. Nº de série 9604. agosto.14. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Público (2012) - *Bolhão voltou à assembleia*. . Público. Nº de série 8143. julho. 30. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Peixoto, A. C (2017) - *Moreira confiante de que mercado temporário do Bolhão abrirá em setembro*. Público. Nº de série 9891. maio.17. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Público (2013) - *PSD duvida que haja verbas europeias para Bolhão em 2013*. Público. Nº de série 8352. fevereiro. 16. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Público (2013) - *Cidade mais cosmopolita e com menos aflitos*. Público. Nº de série 8595. outubro.6. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Público (2013) - *Alerta para o Bolhão*. Público. Nº de série 8658. dezembro.14. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Público (2014) - *Aleixo, Bolhão e Palácio de Cristal adiados*. Público. Nº de série 8995.novembro.22. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Público. Nº de série 9054.janeiro.14. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Público (2015) - *Comerciantes do Bolhão exigem explicações*. Público. Nº de série 9062. fevereiro.15. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Público (2015) - *As Fachadas mais Bonitas da cidade*. Público. suplemento. outubro. 30. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>

- .Público (2016) - *Pareceres favoráveis para Bairro do Aleixo e Mercado do Bolhão*. Público. N° de série 9416. janeiro.14. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Pires, C. (2016) - *Obras no Bolhão arrancam no verão*. . Público. N° de série 9440. fevereiro.18. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Público (2016) - *Rosa Mota parado, Bolhão em revisão*. Público. N° de série 9472. março.21. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Público (2016) - *Obras no Bolhão a partir de 1 de agosto*. Público. N° de série 9580. julho.16. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Público (2017) - *Comerciantes do Bolhão devem ficar até setembro*. Público. N° de série 9847. abril.16. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Público (2017) - *Regras para fixar comerciantes do Bolhão*. Público. N° de série 9855. maio.18. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Público (2017) - *Há velhos negócios que só vivem pelo turismo*. Público. N° de série 9869. abril.6. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>
- Rodrigues, A. (2012) - *Reabilitação do Mercado do Bolhão vai custar afinal 30 milhões*. Público. N° de série 7946. janeiro. 20. Disponível em: <https://www.publico.pt/jornal>

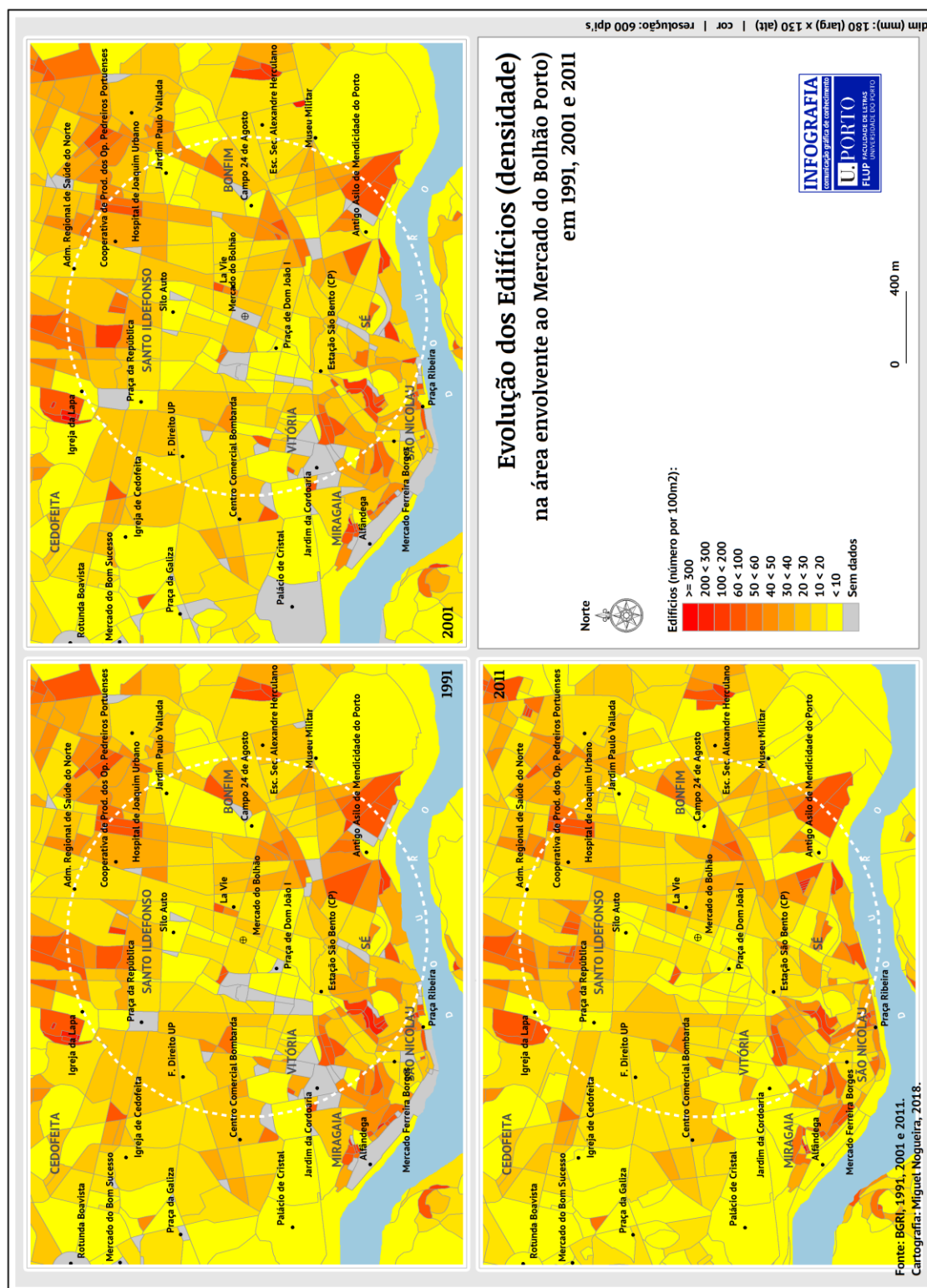
## **Anexos**

## **Anexo 1- Cronograma Histórico das atividades e acontecimentos entre 1964 a 2008, no CHP**

1964	• Estudo pilotp do Barredo para a CMP pelo Arq. Fernando Távora
1974	• Criação do CRUARB
1982	• CUARB é integrado na Câmara Municipal do Porto com o 1º alargamento da área do Centro Historico do Porto
1985	• Primeira declaração da ACRRU (8 zonas do CHP)
1990	• Criação da Fundação para o Desenvolvimento da Zona Histórica do Porto
1993	• CRUARB publica a 1ª edição do livro "Porto a Patrimonio Mundial com a candidatura à lista da UNESCO
1994	• CHP é declarado, no seu conjunto com ACCRU; Início do Projeto Piloto Urbano da Sé
1996	• Incrção do CHP na lista de Património Mundial a 5 de dezembro
1997	• CHP classificado por proposta do IPPAR como Imóvel de Interesse Público
1997	• Proposta da Rua das Flores e Mouzinho da Silveira parao programa PROCOM
1998	• Editado o II Vol. do livro "Porto Patrimonio Mundial"
1998	• Obras em Miragaia
2001	• CHP classificado como Munumento Nacional pela Publicação de Lei de Bases do Patrimonio
2001	• Porto Capital Europeia da Cultura
2002	• UNESCO faz revisão do programa e guia operacional para a implementação da Conveção, exigindo um PG
2003	• Extinção do CURARB
2004	• Constituida a Porto Vivo, SRU
2005	• Envio do Relatorio sobre a aplicação da Convenção do Patrimonio Mundial à UNESCO
2005	• MasterPlan
2006	• Publicação do Plano Diretor Municipal do Porto (PDM)
2008	• Elaboração do Plano de Gestão para o Centro Historico do Porto Patrimonio Mundial

Fonte: Plano de Gestão/ Managment Plan Centro Histórico do Porto Património Mundial/ Historic Centre Of Porto World Heritage, (Porto Vivo, SRU, 2010: 38) Adaptado

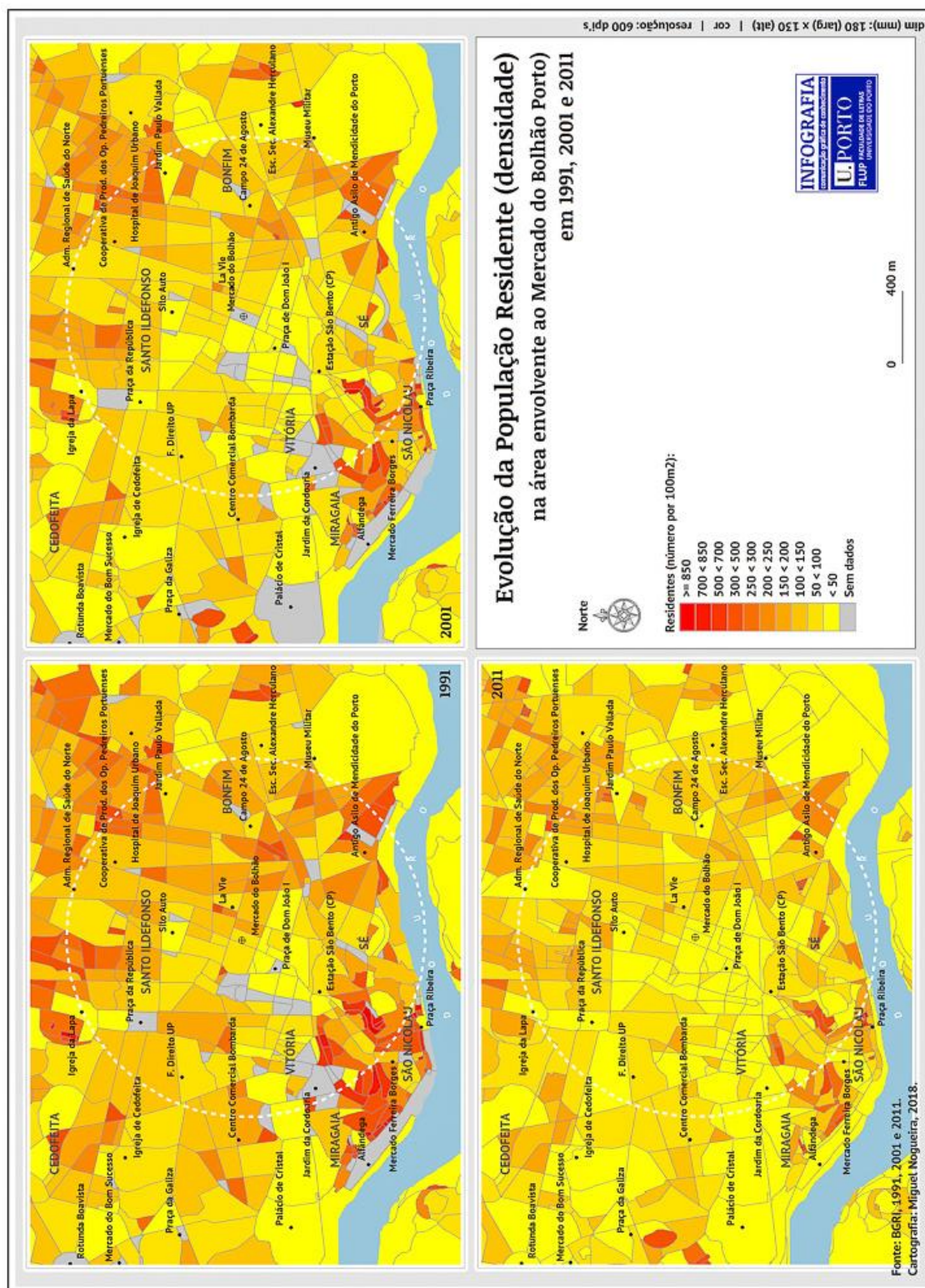
## Anexo 2- Evolução dos Edificados na área envolvente ao Mercado do Bolhão em 1991, 2001 e 2011



Fonte: BGRI, 1991; 2001; 2011. INE



### Anexo 3 - Evolução da População Residente na área envolvente ao Mercado do Bolhão desde 1991 a 2011



Fonte: BGRI, 1991; 2001; 2011. INE

**Anexo 4- Placar informativo a uma das bancas de venda de produtos fresco no mercado (entrada rua Sá da Bandeira, piso superior)<sup>81</sup>**



Fonte; Rui Saraiva, 2018

<sup>81</sup> Pode se ler no placar “O Mercadinho da Maria”

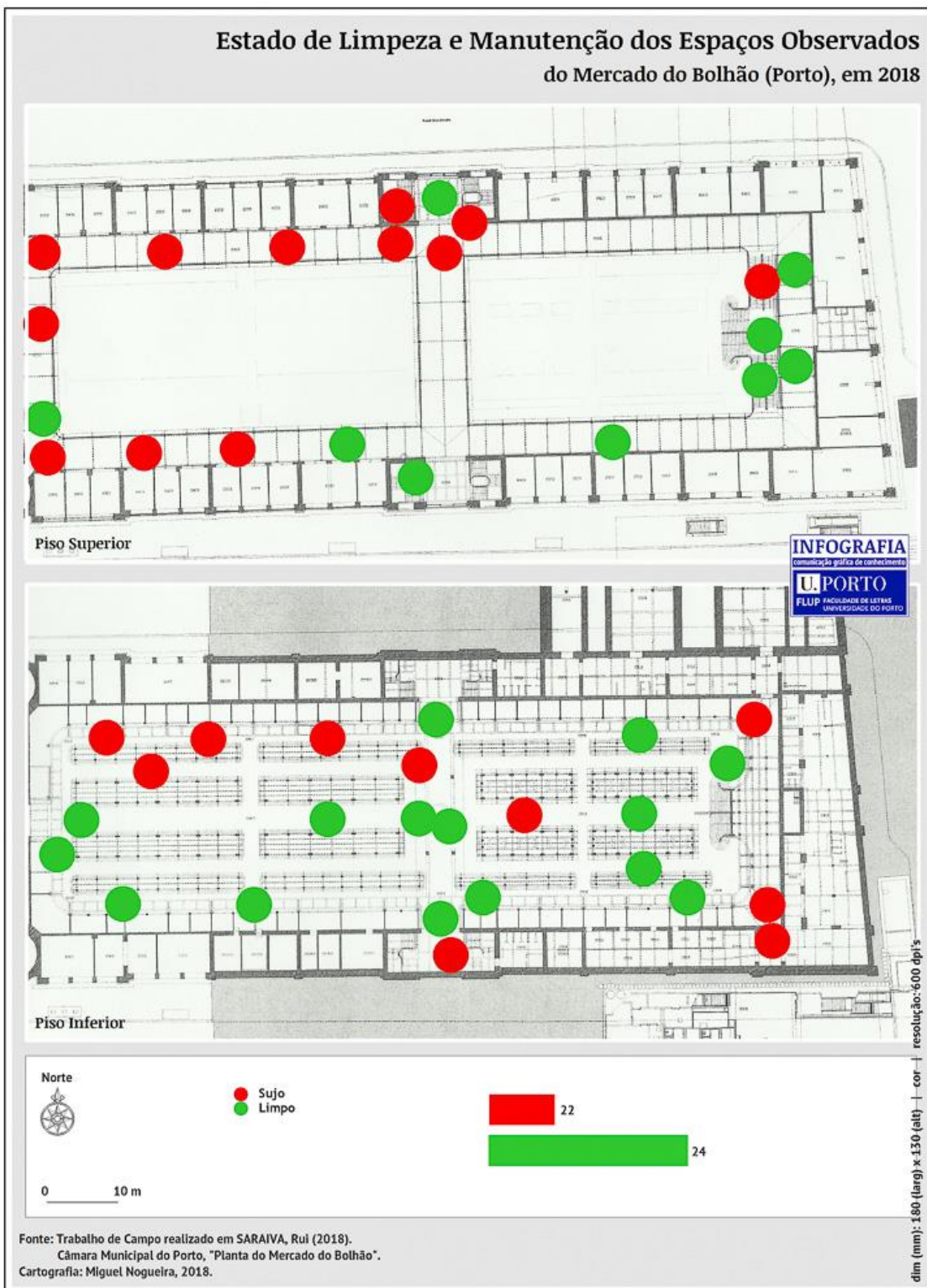


## **Anexo 5- Venda de peixe junto da banca, piso inferior do mercado**



Fonte. Rui Saraiva, 2018

## Anexo 6- Estado de Limpeza dos Espaços Observados



Fonte: Elaboração Própria

## Anexo 7- Quadro das Hipóteses teóricas, alterações e criação *à priori* e *à posteriori*

Hipóteses Teóricas	
<i>À Priori</i>	<i>À Posteriori</i>
(1) A reabilitação do Mercado do Bolhão levará à perda de memórias e histórias junto dos comerciantes no Mercado, pela sua relocalização e reposicionamento temporário dos comerciantes	Mante-se a mesma.
(2) A reabilitação levará à perda de identidades coletivas, bem como individuais, por parte dos comerciantes, frequentadores e habitantes da zona envolvente. Por um lado, a reabilitação do Mercado do Bolhão terá consequências sobre a relação dos consumidores com os comerciantes, bem entre os próprios, podemos compreender que ao mesmo tempo terá consequências junto do próprio edificado	(Alteração para) - A reabilitação do mercado irá criar a perda de memórias individuais dos comerciantes, bem como das tradições inerentes ao espaço social do mercado. Bem como alterações do imaginário do edificado.
(3) As alterações dos sentimentos e do espaço físico em questão, o nosso objetivo irá se reproduzir e se repercutir à luz do que sucedeu com o Mercado do Bom Sucesso e outros mercados na cidade do Porto	Mante-se a mesma.
(4) O facto da reestruturação interna do Mercado terá consequência sobre a disposição e a relação que as novas propostas preveem com as funções originais do Mercado	(Alteração para) - A restauração, reabilitação interna do Mercado terá novas consequências sobre a disposição do mesmo criando valência, não associados à tipologia de comércio tradicional (Fernandes <i>et. al</i> 2000) que lerá o mercado a acolher novos grupos sociais.
(Não criada)	(5) A alteração morfológica e espacial do mercado, com a perda de algumas funções bem como a alteração espacial da mesma

	terá consequências sobre os modos de uso dos espaços e por sua consequência nos modos de socialização dos comerciantes, bem como com o clientes e acessibilidades para os mesmos
--	--

**Anexo 8- Cronograma de Pesquisa da Investigação e Etapas de Pesquisa**

Etapas	Tarefas	2017				2018								
		Set	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set
1ª Etapa	Definição da pergunta de partidas e objetivos de pesquisa													
	Pesquisa Bibliográfica													
	Recolha de notícias acerca do Mercado do Bolhão no Jornal de Notícias													
	Entrevistas/ grelhas de observação exploratórias													
3ª Etapa	Conceção da problemática teórica													
	Conceção de categorias de análise para os projetos de Reabilitação do Mercado do Bolhão													
4ª Etapa	Construção do modelo de análise													
	Revisão dos objetivos gerais e específicos de pesquisa													
	Aprofundamento da análise dos Planos de Reabilitação referentes ao Mercado													
	Construção do guião de entrevista													
5ª Etapa	Aplicação das Entrevistas													
	Análise do conteúdo de notícias do jornal Público													
	Cartografia temática relativa aos sentimentos dos comerciantes face ao Mercado													
	Cartografia temática relativa à simbologia do Mercado face à cidade do Porto													
6ª Etapa	Transcrição e análise do conteúdo das entrevistas													
7ª Etapa	Conclusões e entrega do projeto final													

**Anexo 9- Grelha de categorias de análise das notícias e discursos mediáticos**

<b>Categorias de análise</b>	<b>Dimensão</b>	<b>Aplicação</b>
Acessibilidade e usufruto do Bolhão	Modificação no que concerne os acessos ao Mercado, previstos para o novo Mercado mas também, formas de usufruição e discursos dos comerciantes.	Título
Bolhão e outros Projetos	Referência a demais projetos de reabilitação como por exemplo o caso do Pavilhão Rosa Mota, entre outros	Título Conteúdo
Gestão e instrumentos de gestão	Notícias relativas a financiamentos financeiros ou então financiamentos de outra ordem.	Título Conteúdo
Governança urbana	Notícias que estejam direcionadas para os modos de aplicação dos investimentos financeiros e económicos, não só para o Mercado como para outros projetos, mostrando assim formas ou modos de governação.	Título Conteúdo
Políticas e instrumentos de Política	Alternativas ou percalços referidos naquilo que concerne o processo de reabilitação do Mercado do Bolhão.	Título Conteúdo
Perspetiva do Mercado	Perspetivas dos comerciantes e não só para o futuro do Mercado do Bolhão, nomeadamente ao nível do novo projeto apresentado.	Título Conteúdo
Reabilitação Cultural e Lúdica	Alterações que serão feitas no Mercado, bem como alterações perspectivadas e ainda, neste campo, temos em consideração os discursos políticos.	Título Conteúdo
Reabilitação Urbana do Bolhão	Referência aos principais eixos de Reabilitação do mercado, motivos inerentes ou outro tipo de discurso.	Título Conteúdo
Orçamentos para o Mercado	Referencia a planos e estratégias monetárias para obtenção de fundos de reabilitação.	Conteúdo
Discursos políticos sobre o Mercado	Discursos dos diferentes órgãos políticos e identidades políticas	Conteúdo
Discursos de Comerciantes e associações	Discurso relativos aos comerciantes e associações sobre o mercado.	Conteúdo
Discursos caracterizadores do Mercado	Descrições futuras e atuais sobre o mercado.	Conteúdo
Eleições autárquicas	Referencia às eleições decorridas.	Conteúdo
Outros	Outos temas considerados relevantes.	Título



**Anexo 10- Guião de Entrevista Semiestruturada e Photovoice**

<b>Entrevistado(a):</b>	<b>Elementos Gerais de Caracterização sociográfica:</b>
<b>Entrevistador:</b>	Idade:
Entrevista:	Sexo:
Data da entrevista:	Profissão
Local da entrevista:	Percurso Profissional:
Duração:	Escolaridade:
Hora de Realização:	Residência:

**1. O *Eu* em situação.**

**1.1-**Onde nasceu?

**1.2-**Qual o local de origem dos seus familiares, mãe; pai?

**1.3-**Tem irmãos?

**1.4-**Tem filhos? Quantos? Idade? Estudam?

**1.5-**Quais as profissões ou última profissão dos seus relativos (mãe, pai, irmãos)?

**1.6-**Com quem vive?

**1.7-** Como é a relação com a sua família?

**1.8 -** Os seus familiares gostam do seu trabalho?

**1.9-** Com que idade terminou a sua escolaridade?

**1.10-** Quais eram os seus desejos quando era criança? Quais os seus desejos atuais?

**1.11-** O que espera ainda conseguir fazer?

**1.12-** O Mercado do Bolhão, a sua banca, é uma herança? Porque?

**1.13-** Os seus familiares eram comerciantes? Onde? Durante Quanto Tempo?

**1.14-** Os seus familiares trabalharam sempre em mercados? Ou em outros locais? Quais? Durante quanto tempo?

**1.15 -**Quais os produtos que mais vendiam? E quais os menos vendidos? Porque?

**1.16-** Já trabalhou em outros mercados?

**1.17-** Esperava trabalhar fora do Mercado do Bolhão? Porque?



## **2. O Eu na trajetória do próprio e no local**

- 2.1-Há quanto tempo é comerciante no Mercado?
- 2.2-Como se desloca para o Mercado? Porquê?
- 2.3-Quais os momentos que mais marcaram no percurso até ao bolhão e de volta a sua casa? Porquê?
- 2.4-Que histórias guarda na memória desde que começou a trabalhar no Mercado? Porquê?
- 2.5-O que vende no Mercado?
- 2.6- Tem uma boa relação com os outros comerciantes?
- 2.7- Tem uma boa relação com os seus clientes?
- 2.8- Sabe de onde são os seus clientes?
- 2.9-Notou alguma mudança nas pessoas que compram os seus produtos no Mercado ao longo dos anos? Que mudanças? Porquê?
- 2.10-Onde compra os seus produtos para vender?
- 2.11-O que mais lhe agrada no Mercado? Porquê?
- 2.12-O que menos lhe agrada no Mercado? Porquê?
- 2.13-Quais as mudanças que viu a acontecer no Mercado? Considera que as mesmas foram importantes para tornar o Mercado naquilo que é atualmente? Porquê?
- 2.14- A presença no Mercado é uma mera profissão como outra qualquer ou é uma vida, um modo de vida?

## **3. O Eu posicionado**

- 3.1-Qual a sua opinião sobre o estado do Mercado? Porquê?
- 3.2-Como acha que o Mercado tem sido intervencionado pelos políticos? Porquê?
- 3.3-Conhece os planos que serão aplicados ao mesmo?
- 3.4-Qual a sua opinião sobre os planos? Porquê?
- 3.5-Se pudesse mudar alguma coisa no Bolhão o que mudava? Porquê?
- 3.6-O que espera que aconteça ao Mercado com a reabilitação que ira ser feita?
- 3.7-O que acha do facto dos comerciantes passarem para um novo local temporário? Porquê?

**3.8-**Sente que o novo local do Mercado vai afetar a sua relação como os seus consumidores? Acha que irá afetar os restantes comerciantes da mesma forma? Porquê?

**3.9-**Como acha que virá a ser o Mercado depois da reabilitação? Como será a sua vida como comerciante?

**3.10-**Se pudesse descrever o Bolhão em 5 palavras quais seriam? Porquê?

**3.11-** Acha que pode acontecer ao Mercado do Bolhão o que aconteceu ao do Bom Sucesso?

**3.12-**Quantas horas passa em média por dia no Mercado? E dias da semana?

**3.13-**O Mercado é a sua vida? Porquê?

**3.14-** Acha que o Mercado do Bolhão tem vindo a perder importância como centro nevrálgico de compras? E os outros Mercados? Porquê?

#### **4-O Eu Visível- Photovoice**

**4.1-** Tem alguma imagem do Bolhão em sua casa? Porque a guarda?

**4.2-** Como descreve esta imagem?

**4.3-** O que sente quando olha para ela? Porque?

**4.4-** Faz recordar algo em particular? Porque?

**4.5-** Irá sentir saudades de ver o mercado assim? Porque?

## **Anexo 11- Fotografias escolhidas para a realização do Photovoice<sup>82</sup>**



---

<sup>82</sup> Em relação às imagens apresentadas as 3 primeiras imagens foram tiradas durante a investigação já as últimas (2) foram retiradas a partir de Porto. disponível em <http://www.porto.pt/noticias/esperado-ha-tres-decadas-esta-lancado-o-concurso-para-restaurar-o-bolhao>



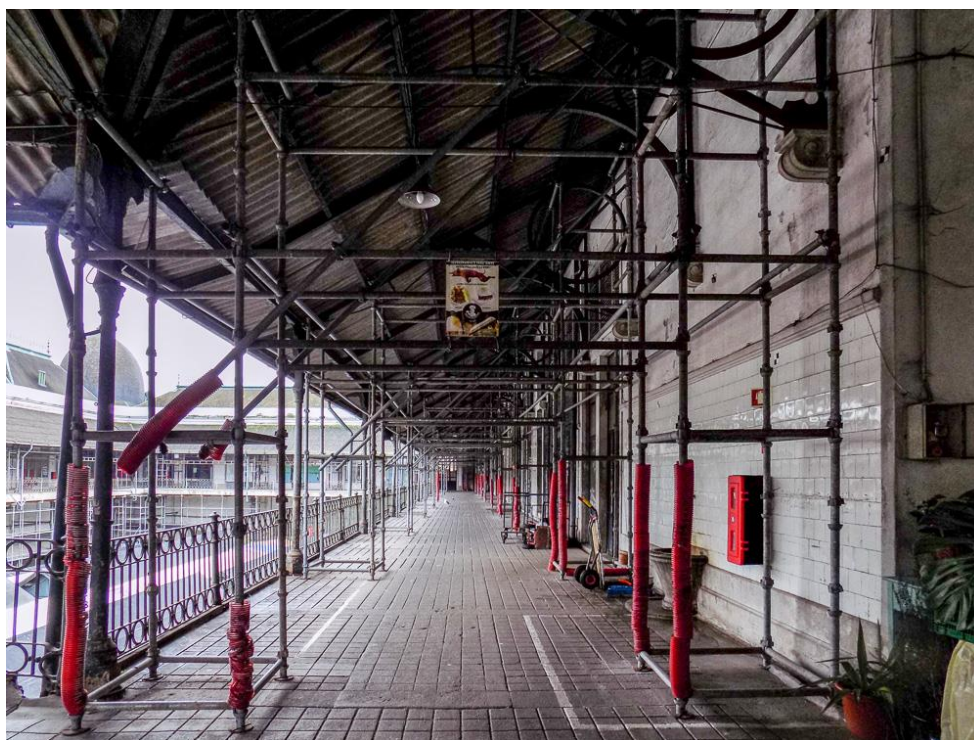




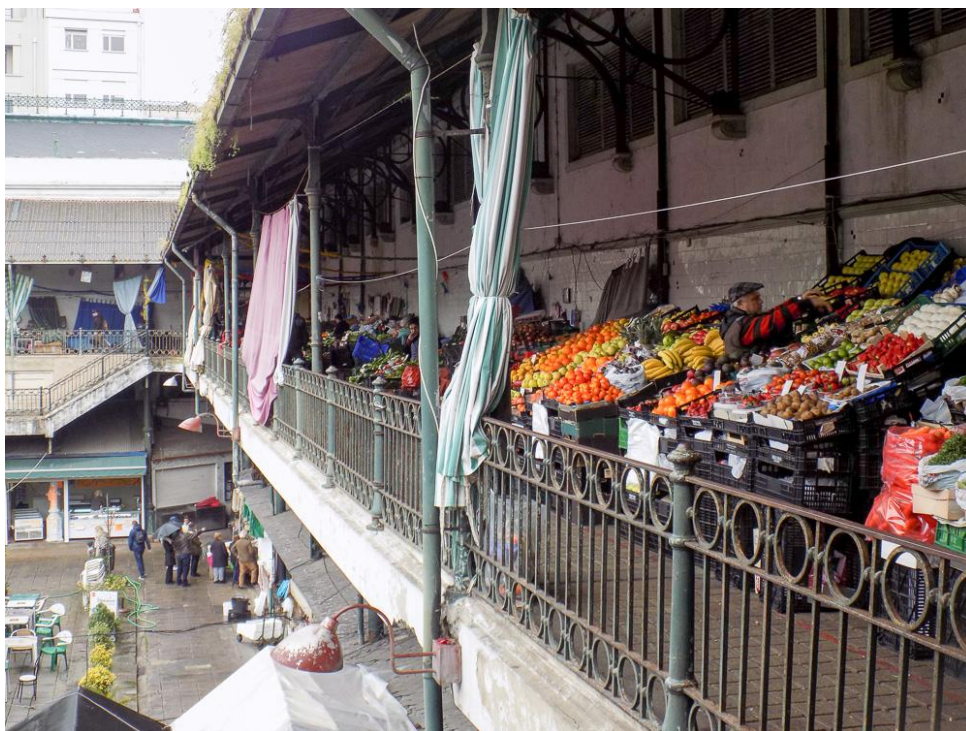
## **Anexo 12- Imagens do interior do mercado, estado de conservação e serviços internos no Mercado do Bolhão**















Fonte: Rui Saraiva, 2018

**Anexo 13- Grelha de Observação**

Identificação	Dia da Observação Hora da Observação - início e fim Local da Observação-(Ponto estratégico) nº ____
Caracterização Sociodemográfica	Género; Idade;
Modos de apresentação de Si	Vestuário; Discursos;
Familiaridade com o espaço	Conhecimento do espaço envolvente; Conhecimento dos indivíduos presentes no local; Formas de usufruição do espaço;
Comportamentos e atitudes	Formas de relação entre indivíduos;
Espaço Físico	Forma de distribuição dos serviços Características arquitetónicas Localização do espaço na cidade

**Anexo 14- Imagem do “Mercado do Bolhão” - Praça do Bolhão- datada em 1906**



Fonte: Arquivo Municipal do Porto, GISA, 2018



## **Anexo 15- Proposta visual do Mercado do Bolhão na atualidade e após a intervenção no mercado**

**Figura 18- Perspetiva atual e futura para a entrada do Mercado do Bolhão (Entrada da Rua Formosa)**



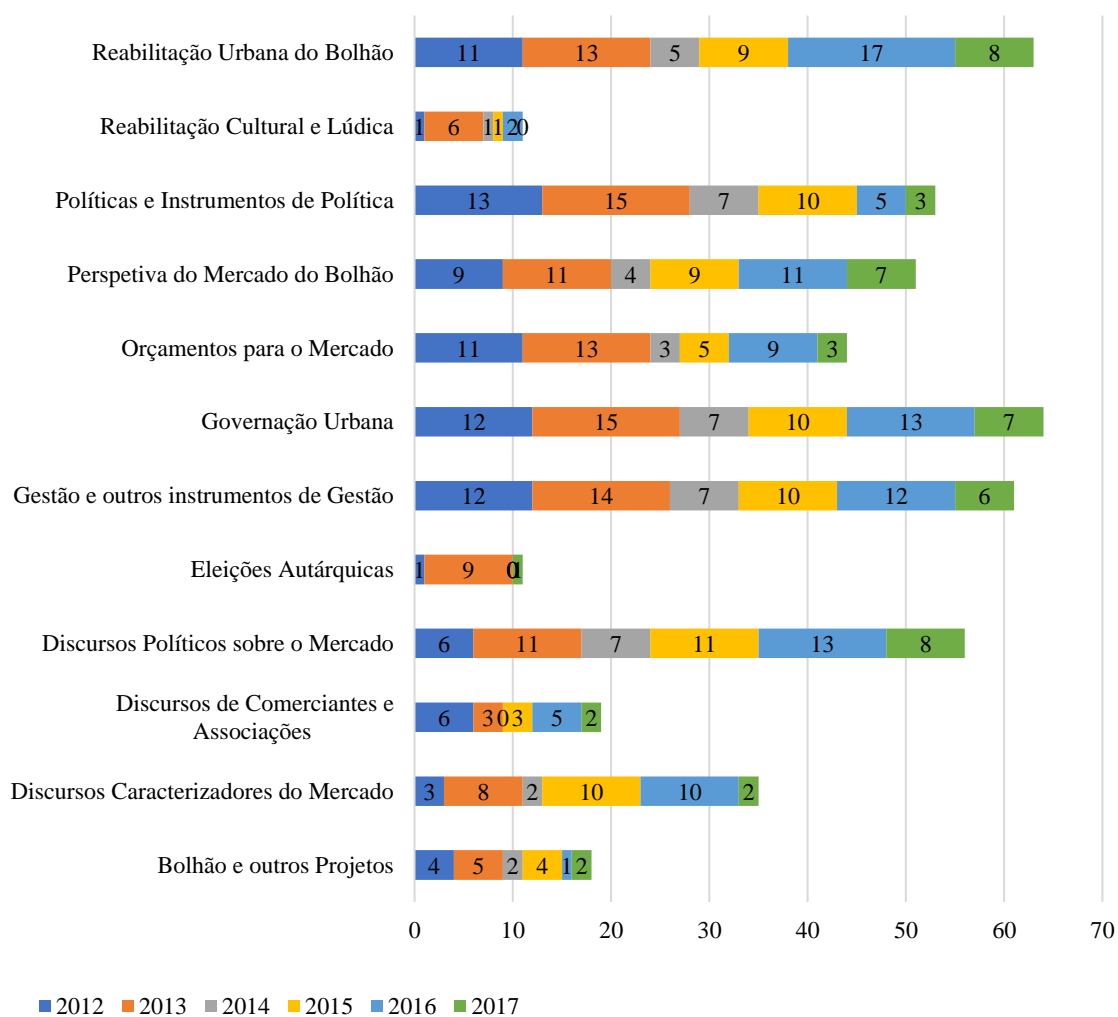
**Figura 19 Perspetiva para o interior do Mercado do Bolhão (vista do Piso superior para o Piso Inferior)**



Fonte: Rui Saraiva, 2018



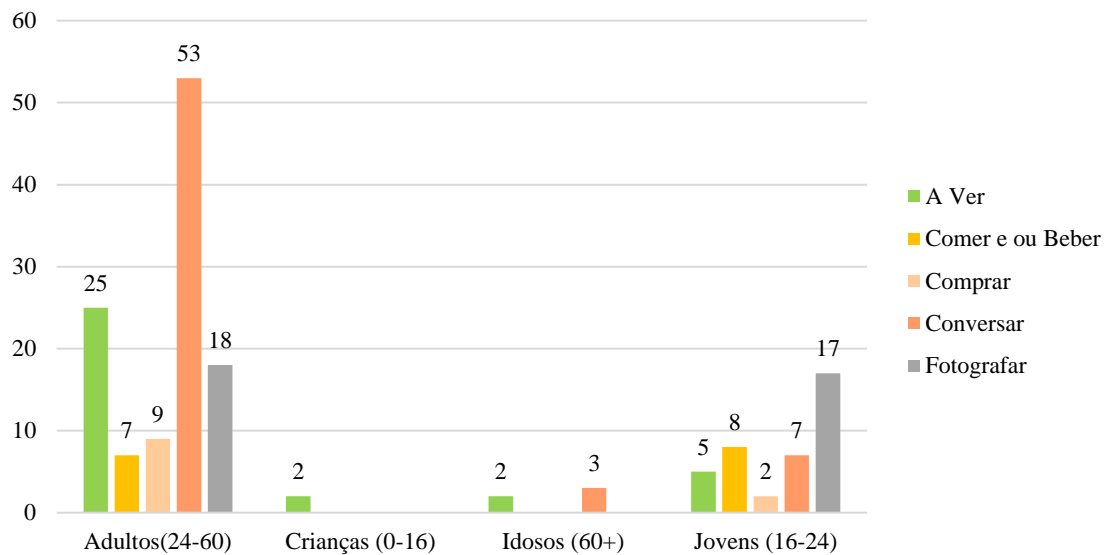
Fonte: CMP, 2016

**Anexo 16- Gráfico representativo das categóricas do conteúdo por ano**

Fonte: Elaboração própria



## Anexo 17- Gráfico relativo aos comportamentos pelo grupo etário (não comerciantes)



Fonte: Elaboração própria

## Anexo 18- Quadro das categorias de análise das entrevistas semiestruturadas de histórias de vida dos comerciantes

Tabela 4- Quadro das categorias das entrevistas semiestruturadas de histórias de vida dos comerciantes do Mercado do Bolhão

<b>Categoria(s) Geral(ais)</b>	<b>Subcategoria(ias)</b>	<b>Dimensão de análise</b>
<b>Caracterização Sociodemográfica</b>	<b>Género; Idade; Escolaridade; Residência; Tipo de comerciante (interior e exterior);</b>	Compreensão dos participantes das entrevistas, a diversos níveis de enquadramento sociodemográfico
<b>Reabilitação do Mercado (O Eu reabilitado)</b>	<b>Discursos dos comerciantes sobre o estado do Mercado e do edificado;</b>	Compreensão dos discursos dos comerciantes sobre o estado físico e social do mercado, tanto na atualidade como igualmente no passado
	<b>A importância do Mercado para os atores sociais (comerciantes) do mercado;</b>	De que forma o mercado é importante para os comerciantes, o que se destaca para tal.
	<b>Memórias descritivas dos comerciantes sobre histórias partilhadas e alterações que ocorreram no mercado</b>	Compreensão descritiva das memórias guardadas do mercado e confrontos com a realidade
	<b>Discursos dos comerciantes sobre as políticas aplicadas ao Mercado;</b>	Discursos de opinião sobre a forma como os diferentes dirigentes políticos tem vindo a intervir no mercado.
	<b>Discursos Caracterizadores sobre o Mercado Temporário</b>	Opiniões e sentimentos sobre o facto de transitarem para o novo espaço bem como descrições físicas do mesmo
<b>O Eu no Bolhão</b>	<b>Os afetos do ego pelo mercado;</b>	Discursos afetivos do próprio pelo mercado, uma compreensão positiva e negativa
	<b>Mercado sentido como uma herança;</b>	Afirmar e discursos referentes ao facto de o mercado ter passado entre várias gerações
	<b>Comerciantes como pertencentes a um património familiar;</b>	Discursos caracterizadores e históricos referentes ao facto da banca e do mercado fazer parte da sua memória e de várias gerações
	<b>Percursos profissionais do comerciante;</b>	Referencia onde [comerciantes] tinham trabalhado, bem como os anos que estão no mercado a desempenhar as suas funções
	<b>Caracterização dos produtos [vendidos];</b>	Quais os produtos vendidos, de que forma foram alterados e porque sem comprados
	<b>Tipo de produção dos produtos (produzido ou comprados);</b>	Onde compram o se produzem e comercialização produtos de produção própria
	<b>Tipos de Venda (que mais produtos vende);</b>	Quais os produtos que mais vende e a quem vende
<b>O Eu Transfere</b>	<b>Discursos sobre o novo mercado [Bolhão];</b>	Discursos sobre o novo mercado (positivos e negativos)

	<b>Potencialidades e dificuldades do novo mercado [Bolhão];</b>	Propostas próprias [comerciantes] para o novo mercado e dificuldades e valências descritas sobre o que é proposto
	<b>Sentimentos do Ego pelo novo mercado [Bolhão];</b>	Discursos referentes a compreensão sobre a mudança do mercado e interpretações
	<b>Opiniões do Ego para o novo mercado [Bolhão];</b>	Discurso de opinião sobre as alterações propostas para o mercado
<b>O Bolhão na Cidade</b>	<b>A relação [Bolhão] com outros mercados;</b>	Discursos referente a outros mercados na cidade ou fora, comprados com o Mercado do Bolhão
	<b>A relação [Bolhão] com a cidade</b>	Discursos referente à importância do mercado na Cidade
<b>O Eu Social</b>	<b>A relação do Eu [comerciante] com o outro;</b>	Modos de relacionamentos dos comerciantes com outros comerciantes
	<b>Sentimentos de pertença ao mercado;</b>	Discursos afetivos dos comerciantes referente à importância do mercado para os mesmos
	<b>Interações (com clientes)</b>	Modos de interação dos comerciantes com o consumidor [cliente]
	<b>Quotidiano (como são os dias)</b>	Descrições do quotidiano de cada comerciante
<b>O Eu Afetivo-Photovoice</b>	<b>Lembranças (o que guarda);</b>	Que tipo de objetos guarda e porque razão
	<b>Memórias (o faz lembrar);</b>	O que as fotografias apresentadas fazem lembrar, o que se destaca
	<b>Sentimentos (tristeza, revolta, saudade, ...);</b>	Quais os sentimentos vividos quando confrontados com as fotografias
	<b>Opiniões (para o futuro);</b>	Discursos de opinião das fotografias referentes ao novo Mercado do Bolhão

Fonte: Elaboração própria